

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 24 том 2

Одеса
2016

Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України
відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України № 455 від 15.04.2014 р.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет

Друкується за рішенням Вченої ради Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 4 від 14 грудня 2016 р.

Видавнича рада:

С.В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А.Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М.П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С.А. Андронаті**, акад. НАН України; **О.М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д.А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В.М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І.В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г.П. Пекліна**, канд. мед. наук, проф.; **О.В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – доктор філологічних наук, професор **І.В. Ступак**

Відповідальний секретар – кандидат філологічних наук, доцент **Л.І. Морошану (Дем'янова)**

Редакційна колегія серії «Філологія»:

Н.В. Бардіна, доктор філологічних наук, професор; **О.А. Жаборюк**, доктор філологічних наук, професор; **К.Б. Зайцева**, кандидат філологічних наук, доцент; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор; **Е. Пирву**, кандидат філологічних наук, професор; **Т.М. Корольова**, доктор філологічних наук, професор; **В.А. Кухаренко**, доктор філологічних наук, професор; **В.Я. Мізецька**, доктор філологічних наук, професор; **І.Б. Морозова**, доктор філологічних наук, професор; **О.М. Образцова**, доктор філологічних наук, професор; **Н.В. Петлюченко**, доктор філологічних наук, професор; **В.Г. Таранець**, доктор філологічних наук, професор.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання на
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16819-5491Р від 10.06.2010

Адреса редакції:

Міжнародний гуманітарний університет, офіс 502,
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна,
тел. (+38) 099-547-85-90, www.vestnik-philology.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Філологія», 2016

© Міжнародний гуманітарний університет, 2016

РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА СХІДНІ МОВИ

Адаменко О. В.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри іноземної філології
Запорізького національного технічного університету

КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В АНГЛОМОВНІЙ ПОСТФЕМІНІСТИЧНІЙ ПРОЗІ CHICKLIT

Анотація. Стаття присвячена аналізу гендерно маркованих образних номінацій у спосіб когнітивного моделювання. У ході дослідження інтерпретуються стереотипні гендерні характеристики шляхом виявлення концептуальних ознак метафоричного перенесення.

Ключові слова: гендерний стереотип, метафоричне моделювання, гендерна метафора, постфеміністична проза, chicklit.

Постановка проблеми. Лінгвістичні студії сьогодення характеризуються синтезом наукових парадигм різних галузей знань, формуванням нового когнітивно-дискурсивного принципу мовних досліджень. Однією з базових інтегруючих настанов, що являє собою фундамент двох провідних парадигмальних підходів у царині сучасного мовознавства, визнано антропоцентризм [1, с. 213]. Мовні феномени розглядаються у нерозривній єдності з істотними характеристиками людини. Гендерний параметр стає вагомим критерієм, на базі якого досліджуються мовні та мовленнєві явища.

Будучи когнітивними сутностями, гендерні стереотипи знаходять відображення в матеріальному субстраті мовного знака [2, с. 297], вербально об'єктивуючись, перш за все, в лексичних номінаціях, адже однією з провідних функцій процесу номінації є встановлення відношення між вербальною оболонкою та тими ментальними процесами, що відбиваються у свідомості [3, с. 110]. Таким чином, гендерно марковані прямі та образні номінації (далі – ГМН) являють собою ємний засіб втілення стереотипних соціокультурних знань про ролі, якості та індивідуально-психологічні особливості чоловіків та жінок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільший інтерес для дослідження становлять метафоричні номінації в якості мовних репрезентацій когнітивних механізмів гендерної стереотипізації. Основою метафоричного моделювання є когнітивні операції, котрі передбачають взаємодію вихідного домену, що являє собою ту концептуальну сферу, з якої відбувається запозичення когнітивних ознак, та цільового домену – царини абстракції, що ідентифікується за допомогою метафори [4, с. 9].

Варто відзначити, що у сучасному мовознавстві існує два вектори студіювання гендерної метафори. З одного боку, це відносно нове поняття є окремим випадком тілесної метафори та традиційно позначає «перенесення не тільки фізичних, але й усієї сукупності духовних якостей, що поєднуються словами «жіночність» та «мужність», на предмети, безпосередньо зі статтю не пов'язані» [5]. За такого трактування метафорична природа гендерної категоризації найяскравіше виявляється в тому, що «неживі предмети та явища асоціюються у свідомості із чоловічим і жіночим початком» [6, с. 14]. З іншого боку, гендерні метафори розглядаються як метафоричні назви чоловіків та жінок, що «виступають засобами маркування «типово

чоловічих» і «типово жіночих» якостей на основі уподібнення явищам різних поняттєвих рядів» [7, с. 48]. У межах розвідки опрацьовуються метафоричні ГМН, що є матеріальним вираженням концептуальних гендерних метафор із цільовими сферами «чоловік» та «жінка». До аналізу залучено новітній матеріал прози *chicklit*, що дасть змогу виявити особливості гендерних стереотипів постфеміністичного періоду англomовного суспільства.

Метою статті є здійснення когнітивної інтерпретації гендерних характеристик чоловічих та жіночих персонажів шляхом виявлення спектру концептуальних ознак метафоричного перенесення.

Виклад основного матеріалу. При моделюванні жіночих образів найбільшу продуктивність у створенні концептуальних метафор виявляє сфера «артефакти» (22 ГМН). У межах метафоричної моделі «жінка – це артефакт» актуалізуються, насамперед, ознаки зовнішнього вигляду та сексуальності жіночого референта: мила (*honey, sweetie, sweetie pie, sugar*), приваблива/неприваблива (*object d'art, doll, old bag*), сексуальна (*object of desire*), призначена для розваг (*toy*). Виділяються також ознаки характеру: суворя (*ballbreaker*), запальна (*firecracker*), буркотлива (*sourball*), балакуча (*clacker*). Висвітлюються певні властивості: на особу рівняються і нею захоплюються (*icon, idol*), вона стимулює (*tonic*), є жаданою (*prize*), цнотливою (*Mrs. Iron Knickers*), несуттєвою (*thing*), недосвідченою (*raw material*), діє автоматично (*robot, machine*).

У похідній моделі «жінка – це абстракція» (12 ГМН) жіночий референт характеризується відповідно до таких ознак: невдачлива (*mishap, failure*), жалюгідна (*wreck*), пробивна (*force*), та, що створює неприємності (*problem*), надихає (*inspiration*), призначена для розваг (*trophy extension*), ексцентрична (*nut case*), мінлива (*fling*), корисна (*big help*), продуктивна (*industry*), сексуально приваблива (*hottie*). Когнітивна модель «жінка – це тварина» (10 ГМН) забезпечує метафоричне перенесення за ознаками: безжалісна (*bitch, predator, piranha, wolf*), некрасива (*old bat, cow*), спокуслива (*sex kitten*), сварлива (*cat*), зрадлива (*snake*), уразлива (*wounded animal*).

Метафорична модель «жінка – це міфічна істота» (9 ГМН) актуалізує такі ознаки жіночого референта: сексуально приваблива (*sex goddess*), обурлива (*she-devil*), байдужа (*ice-queen*), неприємна (*witch*), уразлива (*bambi*), безжалісна (*monster*), вередлива (*princess and the pea*), має видатні можливості (*wizz*), розумна (*intellectual giant*). У межах моделі «жінка – це рослина» (1 ГМН) жіночий референт характеризується за ознакою миловидності (*sweetpea*). Метафорична модель «жінка – це птах» (2 ГМН) виокремлює ознаки зовнішності: молода (*bird*), розкішна (*posh bird*).

Проеціювання структури концептуальної сфери-джерела на структуру сфери-цілі «чоловік» спричиняє виділення

метафоричної моделі «чоловік – це артефакт» (13 ГМН), де висвітлюються переважно ознаки зовнішності референта чоловічої статі: привабливий (*honey, hunk, smoothie*), прекрасний (*tub of strawberry cheesecake, diamond, gift from God*), шикарний (*sable coat*), товстий (*tub of lard*). Виокремлюються також ознаки характеру, соціальної значущості та розумових здібностей: призначений для розваг (*boy-toy, sex toy*), запальний (*ball of fervour*), поважний (*big cheese*), дурний (*dope*).

Когнітивна проекція «чоловік – це абстракція» (11 ГМН) актуалізує такі ознаки: той, що створює неприємності (*problem, trouble*); той, що підходить (*good choice, find, catch*); жалюгідний (*wreck*); успішний (*big time*); улюблений (*hobby*); той, що заспокоює (*comfort*); несексуальний (*lousy lay*), завойований (*conquest*).

Моделювання в межах метафоричного перенесення «чоловік – це тварина» (7 ГМН) характеризує референта-чоловіка таким чином: ненормальний (*mutant*); сильний (*gorilla*); агресивний (*animal*); той, хто обманює (*shark*); улюблений (*pet*); нікчемний (*worm*); наївний (*country mouse*). Метафорична модель «чоловік – це міфічна істота» (7 ГМН) дозволяє виділити ознаки: має видатні можливості (*alchemist, magician*), урівноважений (*Don Corleone*), сексуально привабливий (*sex god*), розумний (*Prometheus*), сильний (*Hercules*), діє автоматично (*dalek*). Модель «чоловік – це комаха» (1 ГМН) актуалізує ознаку соціальної значущості чоловічого референта: поважний (*knees of a bee*).

Аналіз гендерно маркованих метафоричних номінацій корпусу текстів англomовного постфеміністичного роману показав різноманітне втілення авторами образів, які характеризують чоловіка або жінку. При метафоричному моделюванні жіночого образу найбільше значення мають естетичні ознаки та привабливий зовнішній вигляд: “*She herself was an object d’art, chin jutted upward and muscles perfectly taut, a neoclassical relief in beaded Chanel silk*” [8, с. 320].

Якщо молодість, миловидність, краса з аксіологічної точки зору є позитивними жіночими рисами, то відсутність таких набуває негативної характеристики: “*She’d been telling everyone for months it was going to be a natural childbirth and, ten minutes in, she cracked and started yelling, ‘Give me the drugs, you fat cow’*” [9, с. 70]. Слід зазначити, що в англomовній постфеміністичній прозі материнство пов’язане із втратою привабливості, тому має негативні прагматичні характеристики: “*No more nights out with the girls, shopping, flirting, sex, bottles of wine and fags. Instead I am going to turn into a hideous grow-bag-cum-milk-dispensing-machine which no one will fancy and which will not fit into any of my trousers, particularly my brand new acidgreen Agnes B Jeans*” [9, с. 119].

Сексуальна привабливість теж є важливою. На відміну від традиційних патріархальних поглядів, сексуальна свобода зовсім не має негативних конотацій, навпаки, сексуально розкріпачену жінку оцінюють позитивно: “*First you completely ignore me like some Hitler Youth ice-maiden, then you turn into an irresistible sex kitten, looking at me over the computer with not so much ‘come-to-bed’ as just ‘come’ eyes ...*” [9, с. 76]. Відсутність сексуальної свободи сприймається вельми негативно. Це можна простежити в появі образної номінації *Mrs. Iron Knickers*, що втілює ознаку вимушеної цнотливості: “*It was good ringing up Sharon to boast about being Mrs. Iron Knickers but when I rang Tom he saw straight through it and said, ‘Oh, my poor darling,’ which made me go silent trying not to burst into self-pitying tears*” [9, с. 37].

Цікавим видається той факт, що чоловічий образ створюється метафоричними номінаціями, які семантично також належать до сфери інтимних стосунків. Сексуальна привабливість чоловіків має велике значення: “*Realize it is shallow and wrong to feel that flat is too small to entertain nineteen, and that cannot be arsed to spend birthday cooking and would rather dress up and be taken to posh restaurant by sex-god with enormous gold credit card*” [9, с. 82].

Такого роду номінативні одиниці на позначення чоловічих референтів негативно забарвлені, оскільки вживаються переважно як маркери підлеглості, чоловік розглядається як об’єкт досягнення певної жіночої мети: “*Sharon maintains men – present company (i.e. Tom) excepted, obviously – are so catastrophically unevolved that soon they will just be kept by women as pets for sex, therefore presumably these will not count as shared households as the men will be kept outside in kennels*” [9, с. 77].

Зовнішня краса також є провідною характеристикою референта-чоловіка: “*Sure enough, I eventually found her in the perfume department wandering round with the tall smoothie, spraying her wrists with everything in sight, holding them up to his face and laughing coquettishly*” [10, с. 54]. Відсутність привабливості сприймається негативно: “*By now, Peter was practically screaming. ‘Why don’t those women marry a fat guy? Why don’t they marry a big, fat tub of lard?’*” [11, с. 29].

У зоні активного когнітивного моделювання знаходяться й індивідуально-психологічні ознаки, які репрезентують поведінку референта жіночої статі. Метафорично переосмислені вторинні номінації соціальної значущості жіночих референтів у поєднанні з певними властивостями характеру переносять жінок із приватної сфери до професійної: “*I also discovered that Allison, the beauty editor, did, in fact, deserve her title by literally being the beauty industry*” [8, с. 350]. Хоча й з негативною оцінкою, метафорично марковані поведінкові фемінінні характеристики створюють образ войовничої рушійної сили, яка напролом досягає своєї мети: “*Olga was in her late forties, single, wore pearls and elegantly draped scarves and because she negotiated good terms for her authors she was known as a ballbreaker*” [10, с. 91].

В англomовному романі постфеміністичного періоду образне значення метафоричних номінацій на позначення жінок ґрунтується також на актуалізації ознаки безжалісності, що містить негативну оцінку: “*Was I happy working for his wife? Hmm, let’s see here. Are little baby mammals squealing with glee when a predator swallows them whole? Why of course, you putz, I’m deliriously happy working for your wife*” [8, с. 97].

Оцінка успішності також корелює з образом типового чоловіка: “*Your husband’s really big time now, isn’t he?*” *Sam said. ‘Oh, yes,’ she said. ‘Last night we had dinner with - ,’ she said, naming a well-known Hollywood director*” [11, с. 215], але вже не є дихотомією у рівняннях «успішність = чоловіче» / «неуспішність = жіноче»: “*Samantha Jones called a couple of times. She started telling Carrie about all these interesting, famous men ... Then Sam started talking about all these movie projects and all these big cheeses she knew whom she was going to do business with*” [11, с. 220].

Хоча чоловік і розглядається як вигідний партнер, який підходить сучасній жінці (“*Sam was a good choice because, number one, he was the only man I could get to go with me; number two, he’d already had experience with this kind of thing: A million years ago he had gone to Plato’s Retreat*” [11, с. 12]), виявляються не

типово маскулінні ознаки. Метафоричні номінації відбивають у своєму образному змісті підлеглість, незначущість чоловіків: *"But even she was having trouble. Her most recent conquest was a poet who was terrific in bed, but who, she said, 'kept wanting me to go to dinner with him and go through all the chat bit'"* [11, с. 42].

Маскулінні інтелектуальні здібності відійшли на другий план. Референт-чоловік здебільшого сприймається як нерозумний, інтелектуально бідний, що знаходить відбиття в інвективних образних номінаціях: *"He held her hand, and she said, 'Oh Stanford. You're such a dope,' and laughed and removed her hand to lift her wineglass"* [11, с. 207].

Висновки. Аналіз образних гендерно маркованих номінацій корпусу текстів англomовного роману постфеміністичного періоду виявив специфічні описи референтів чоловічої та жіночої статі. І жіночі, і чоловічі образи транслюють переважно традиційні погляди на привабливу зовнішність, тоді як індивідуально-психологічні характеристики змінюються. Відбувається процес актуалізації нетипових фемінінних ознак – сексуального розкріпачення, професійної скерованості, безжалісності – та маскулінних рис – підлеглості, наївності, дурості.

Література:

1. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е.С. Кубрякова // Язык и наука конца XX века: Сборник статей / под ред. Ю.С. Степанова. – М. : Российск. гос. гуманит. ун-т, 1995. – С.144–238.
2. Селіванова О.О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке / О.О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Телия В.Н. Типы языковых значений : связанное значение слова в языке / В.Н. Телия. – М. : Наука, 1981. – 269 с.
4. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем : [пер. с англ. А.Н. Баранова] / Дж. Лакофф / под. ред. А.Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
5. Кирилина А.В. Гендерная метафора : // Словарь гендерных терминов / под. ред. А.А. Денисовой. – М. : Информация XXI век, 2002. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.owl.ru/gender/024.htm>.
6. Гриценко Е.С. Метафора и гендер в процессах категоризации и концептуализации / Е.С. Гриценко // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2011. – № 2 (027). – С. 13–17.
7. Резанова З.И. Гендерная метафора : типология, лексикографическая интерпретация, контекстная репрезентация / З.И. Резанова // Вестник Томского государственного ун-та. – 2011. – № 2(14). – С. 47–57.
8. Weisberger L. The Devil wears Prada / L. Weisberger. – New York : Anchor Books, 2006. – 432 p.
9. Fielding H. Bridget Jones's Diary / H. Fielding. – London : Picador, 2001. – 307 p.
10. Keyes M. The Other Side of the Story / M. Keyes. – London : Penguin Books, 2004. – 404 p.
11. Bushnell C. Sex and the City / C. Bushnell. – New York : Warner Books, 1998. – 228 p.

Адаменко О. В. Когнитивное моделирование гендерных стереотипов в англоязычной постфеминистической прозе chicklit

Аннотация. Статья посвящена анализу гендерно маркированных образных номинаций путем когнитивного моделирования. В ходе исследования интерпретируются стереотипные гендерные характеристики за счет выявления концептуальных признаков.

Ключевые слова: гендерный стереотип, метафорическое моделирование, гендерная метафора, постфеминистическая проза, chicklit.

Adamenko O. Cognitive modelling of gender stereotypes in English post-feminist fiction chicklit

Summary. The article is devoted to the analysis of gender marked metaphors by means of cognitive modelling. During the research gender stereotype descriptions are interpreted due to the revealing of conceptual features.

Key words: gender stereotype, metaphoric modelling, gender metaphor, post-feminist fiction, chicklit.

*Аскерова П. С.,**докторант кафедри журналістики радіо і телебачення
Бакинського державного університета*

НАЦИОНАЛЬНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ В ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ АЗЕРБАЙДЖАНА

Аннотация. Среди национально-духовных ценностей азербайджанского народа ведущее место занимают азербайджанство, любовь к родине, национальный язык, привязанность к своей малой родине, к земле, исламские ценности, поликультурная среда, толерантность, своеобразие в семейно-бытовых обычаях и традициях, в литературно-художественном творчестве и т.д. Анализ показывает, что эти ценности занимают определенное место в ментальных представлениях азербайджанцев. Вместе с тем современные процессы в общечеловеческой истории оказывают свое влияние на развитие отдельных компонентов национально-правственных ценностей. Задача государства – сберечь их, чтобы сохранить единство народа и перспективы его успешного дальнейшего развития.

Ключевые слова: азербайджанство, любовь к родине, национальный язык, привязанность к своей малой родине, к земле, исламские ценности, поликультурная среда, толерантность, своеобразие в семейно-бытовых обычаях и традициях.

Актуальность проблемы. Одним из факторов формирования национального самосознания является становление духовно-правственных ценностей народа, что, в свою очередь, складывается из исторических этапов развития самосознания на основе обучения, воспитания, организации всех сфер социальной жизни. Азербайджанский народ в течение тысячи лет создавал обычаи и традиции, что впоследствии составило «основу для его нравственных ценностей» [1]. Богатство духовно-правственных ценностей позволяет представить их в виде целой системы правил и норм поведения, а также этической теории.

Степень исследования проблемы. Отметим, что вопросы национально-культурных ценностей в духовной жизни народа являются предметом внимания научной общественности. Желание сохранить свою самобытность в современном мире, где развитие идет в рамках глобализационных процессов, заставляет каждую страну искать пути устойчивого социально-культурного развития. В Азербайджане поднятый вопрос рассматривается в различных аспектах [2; 3; 4; 5; 7]. Исследователей прежде всего интересует проблема, как уже отмечалось, сохранения самобытности народа, его места в истории человеческого общества.

Задачей статьи является системный анализ национально-духовных ценностей по степени их значимости в приоритетах национального самосознания. Были изучены как теоретические источники, так и программные документы социальной политики страны, проведен контент-анализ политической публицистики.

Полученные итоги исследования. Как показывает социальная практика, понятие азербайджанства сегодня выдвинуто на первый план. Прежде всего, это связано с тем, что оно сосредотачивает в себе ряд существенных атрибутов, прежде всего

политическую идеологию, основанную на правах и обязанностях гражданина согласно Конституции страны, а также тюркизм как национальную идею, которая лежит в основе многих нравственных ценностей, связанных с понятием родной земли [12, с. 66]. Помимо того, азербайджанство является символом нравственных понятий каждого этноса и народа, проживающего на территории нашей страны. В обиход понятие вошло сравнительно недавно, причем используется в плане национально-политической доктрины. Как подчеркивают исследователи, так прежде всего вербализуется идея реального объединения проживающих на территории страны этнических групп и народов, которая возникла в 1992–1993 годах на волне борьбы с распространившимися шовинизмом и сепаратизмом [13, с. 22].

В основу азербайджанства легла Концепция азербайджанской государственности Г. Алиева [13, с. 23]. Вместе с тем, корни этого национально-правственного понятия уходят в далекое прошлое, в народные сказания, в том числе «Сказание о моем деде Коркуте». Азербайджанство включает такие чувства, как любовь к родине, земле, своему роду и этносу. Эти идеи пропагандировались и исследовались представителями азербайджанской интеллигенции, такими, как М. Ахундов, Н. Везиров, С. Ширвани, Г. Зардаби, А. Агаоглу. В начале XX века благодаря общественно-политической и литературной деятельности Дж. Мамедкулизаде, М. Расулзаде, У. Гаджибекова эта национальная идея постепенно обрела официальный статус. Рассмотрим идею азербайджанства в общественно-литературной жизни указанной среды более подробно.

Во второй половине XIX века понятие «мусульманская нация» заменило более точное определение «азербайджанская нация». Газета «Экинчи» стала поднимать вопросы о родине. Это означало приближение к осознанию национальной идентичности [14, с. 613]. Впервые понятие «азербайджанская нация» было использовано на страницах газеты «Кешкюль» – в статье «Ходить невежей – быть во сне», которую автор подписал псевдонимом «Азербайджанец» [15].

Видный представитель азербайджанской публицистики М. Шахтахтинский (1846–1931) в статье «Как называть закавказских мусульман?», опубликованной в 1891 году в газете «Каспий», практически дал научно-теоретический анализ проблемы национальной идентичности азербайджанцев [16]. Идея азербайджанства достигла своей сущностной ценности в статье Дж. Мамедкулизаде «Азербайджан»: «Это стало закономерным итогом поисков, стремлений и размышлений в этой стране. Статья мастера слова Мамедкулизаде «Азербайджан» есть вершина представлений об азербайджанстве» [14, с. 617]. Исследователи подчеркивают, что упомянутый труд можно считать «настоящим художественным манифестом национального пробуждения и политического возрождения» [17, с. 43]. В статье «Азербайджан» есть конкретное выражение о национальной идентичности: «Иногда я сижу и размышляю, спраши-

ваю у себя: на каком языке я разговариваю и думаю? На азербайджанском. А где моя родина? Это азербайджанский край. А где же тогда Азербайджан?» В ответ на этот вопрос автор рисует географическую карту Азербайджана [17].

И. Габибейли назвал статью Дж. Мамедализаде «публицистическим гимном в борьбе за независимый и демократический Азербайджан», «учебником для каждого азербайджанца по родному языку, по национальной географии и истории»: «Эта статья есть естественное эхо сердечного ритма, выражающего большое гражданское горение за свою страну, язык и нацию» [17, с. 617].

Непосредственным драматическим воплощением азербайджанства является пьеса Мирзы Джагила «Книга моей матери». В ряде художественных образов, в особенности в речи матери в пьесе нашли отражение такие понятия, как патриотизм, национальное самосознание, исторические традиции, национально-нравственные ценности. Согласно точке зрения автора, мать – фактический символ национальной идентичности. В этом произведении читается прямое обращение к сыновьям, которые отвернулись от своих корней, стремясь отыскать идентификацию у чужих народов: их призывают вернуться к своим духовно-нравственным истокам. При помощи художественного слова Мирза Джагил защищает нравственные ценности. Подобные произведения и стали идеологической основой современного азербайджанства.

Заслугой государственного деятеля Г. Алиева является то, что впервые за многовековую историю страны идея азербайджанства была поднята на уровень государственной идеологии [17, с. 619]. Среди подобных исследований и публикаций следует выделить произведения Н. Джафарова [19; 20], С. Велиевой [21], А. Мамедли [23], Н. Шамсизаде [12], которые привели интересные результаты по истории азербайджанства и месту этого понятия в системе современных национально-нравственных идей.

Среди понятий, связанных с идеологией азербайджанства, важное место занимает мультикультурализм. Указом Президента страны 2016 год был объявлен Годом мультикультурализма. Попытаемся определить место этого понятия в системе национально-нравственных ценностей.

С. Халилов подчеркивает: «Мультикультурализм и толерантность исторически были образом жизни азербайджанского народа, и сегодня есть образ жизни людей, независимо от национальной принадлежности, языка, вероисповедания» [25, с. 37]. Все народы, проживающие в Азербайджане, с уважением относятся к обычаям и традициям, национальным ценностям каждого из соседних народов. Взаимодействие всех обогащает. Государственная поддержка мультикультурализма связана с тем, что, придя из глубины веков, он превратился в «гарант не только национального, но и политического существования, в гарант нашей государственности» [25, с. 39]. Мы соседствуем со страной-захватчицей. С. Велиева утверждает: «В войне за свои земли, помимо оружия, необходима также гражданская воля. Лишь при наличии этого оружия храбрость будет творить чудеса доблести» [26, с. 432].

Сила Азербайджана – в единстве всех народов, проживающих на территории страны, вне зависимости от религиозных, культурных и прочих различий. Государственный деятель И. Алиев замечает: «Одним из достижений нашей страны является наличие достаточно сильной этнической и религиозной толерантности. В этом смысле в прошлом у нас никогда

не существовало каких-либо проблем. Азербайджан – многонациональная страна, и все народ, нации, этнические группы, проживающие здесь, несут за жизнь общества равную ответственность и имеют одинаковые права» [9, с. 278]. Условия, созданные при этом государством, дают возможность с достоинством оценить мультикультуральные ценности.

В целях своевременного решения проблем этнических групп, проживающих в Азербайджане, и повышенного к ним внимания была учреждена Служба государственного советника по вопросам мультикультурализма, религии и межнациональным отношениям. Все это будет способствовать защите и обогащению национально-нравственных ценностей каждого народа и этнической группы, проживающей на территории страны.

Есть и другие атрибуты и формы национально-нравственных ценностей, которые создают основу для сохранения своеобразия каждого народа и его дальнейшего развития. Особое внимание уделяется проблемам национальной культуры. И. Алиев отмечает: «В сохранении и защите неповторимости азербайджанского народа большую роль играет наша литература и в целом культура. Если бы их не было, если бы азербайджанский народ не был бы крепко привязан к своим историческим корням, то наша судьба сложилась бы совсем по-другому. Именно богатая история, культура Азербайджана, азербайджанский язык способствует нашему уважительному отношению к своему историческому прошлому» [9, с. 283].

Следует признать, что порой наблюдается и равнодушное отношение к прошлому. Иногда следствием этого является то, что до сих пор подобающим образом не проанализированы национальные мифы и сказания, устное народное творчество и процесс их эволюции [25, с. 48–49]. Философ К. Юнг высказал подобную мысль: «То, что делает отдельная нация, делает и отдельный человек, и, наоборот, если эту работу делает отдельный человек, следовательно, ее делает и вся нация» [27, с. 28]. Устное народное творчество, как плод коллективного творчества народа, является носителем национально-нравственных ценностей общества.

Существенным в системе национально-нравственных ценностей Азербайджана является патриотизм народа, его привязанность к родной земле. В свое время Г. Алиев говорил, что национальные интересы нашего народа, его исторические судьбы ценнее всего: «Чтобы успешно прожить всю жизнь, нужно быть преданным своему народу, его национально-нравственным ценностям, объединив их с общечеловеческими, затем на этой основе вести современный образ жизни» [28, с. 258]. В основе всех этих рекомендаций и требований лежит чувство патриотизма, которое особенно сильно было развито у общенационального лидера Г. Алиева: «Для каждого из нас любовь к родине и национальная принадлежность есть ведущая сторона его жизни. Я всегда гордился и сегодня горжусь тем, что я – азербайджанец. Азербайджан – сердце мое». Патриотизм является основополагающим для нового независимого государства Азербайджан: «Следует направлять к единой цели национальную государственность на основе конкретных национальных ценностей» [7, с. 292].

Понятие родины и патриотизма лежат в основе нравственных оснований каждого гражданина страны. Представители художественной интеллигенции создали о нем немало произведений: на протяжении веков, начиная от Низами и кончая Мамедом Аразом, мы видим воспевание любви к родине, целенаправленное воздействие на умы и сердца людей. Так, Г. Али-

ев подчеркивал, что заслуги народного поэта Мамеда Араза в усилении национального духа и сознания неопределимы:

Азербайджан! Сиянье, свет – твоя основа,
И существования смысл – также свет.
И каждый камень может стать здесь огненной стрелой,
Ты должен встать с почтением перед родиной своей,
Иначе сердце Физули печальным станет [8, с. 14]

Обычаи и традиции живут в сердце каждого человека, независимо от того, где он проживает: это любовь к своему родному дому, городу, региону [9, с. 277].

В системе национально-нравственных ценностей азербайджанского народа свое место занимает также язык. Еще во второй половине XIX века Г. Зардаби подчеркивал, что при обучении, получении образования следует основательно изучать свой язык и свою религию [10, с. 13].

Филолог Ф. Кочарли считал: «Родной язык является для народа духовным существованием, сутью жизненного пути. Так же, как материнское молоко есть основа существования тела, родной язык есть питание для души. Всякий так же, как любит свою мать и свою родину, должен любить свой язык» [11, с. 124]. О важности языка высказывались молланасреддинцы Дж. Мамедкулизаде, М. Сабир, а представители классической интеллигенции У. Гаджибейли, М. Расулзаде, Н. Нариманов немало сделали для того, чтобы сохранить родной язык, который в условиях глобализации подвергается многим опасностям.

В Азербайджане принимаются серьезные меры для того, чтобы сберечь и сохранить родной язык. Принят «Закон о государственном языке в Азербайджанской Республике», в преамбуле которого записано: «Азербайджанская Республика считает использование азербайджанского языка как государственного одним из важнейших признаков своей независимой государственности, проявляет заботу о его применении, защите и развитии, создает почву для обеспечения азербайджанцами мира своих потребностей в национально-культурном самовыражении, связанных с азербайджанским языком» [29]. Этим законом определено место языка в системе национально-нравственных ценностей – он призывает беречь и развивать его.

В системе национально-нравственных ценностей Азербайджана существенное место занимают национальные праздники, обычаи и традиции. Не случайно дни каждого национального праздника объявляются нерабочими, чтобы каждый провел их осмысленно. В их число входят, к примеру, День независимости, Новруз, Оруджлук, 8 марта. В частности, празднование Новруза «из года в год ширится, приняв характер самого дорогого праздника, заняв достойное место в общественно-политической жизни страны, радует людей, вдохновляет их. Этот праздник – символ государственной независимости и национальной свободы Азербайджана» [22]. Государство и в целом весь народ с большой любовью относятся к своим праздникам.

Выводы. Существует определенная система национально-нравственных ценностей азербайджанского народа, исторически сложившихся в ментальных представлениях и на сегодняшний день в совокупности составивших представление об азербайджанстве как национальной идеологии. Они представляют основу духовного развития народа.

Литература:

1. Заявление президента Азербайджанской Республики // «Азербайджан». – 2001. – 14 августа (на азербайджанском языке).
2. Джадалова А. Роль национально-духовных ценностей в воспитании подрастающего поколения // Вектор науки ТГУ. Серия «Педагогика, психология». – 2014. – № 1 (16). – С. 74–76.
3. Ахмедова Х. Национальная субкультура как часть общечеловеческой культуры // Вектор науки ТГУ. Серия «Педагогика, психология». – 2014. – № 1 (16). – С. 28–30.
4. Омаров В. Традиционные и новые моральные ценности азербайджанского общества // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2016. – № 3. – С. 86–91.
5. Кашанлы Р. Развитие духовной культуры в Азербайджанской Республике // Вестник ВГУ. – Серия «Философия». – 2012. – № 2. – С. 121–123.
6. Гончаров В., Попова Н. Духовно-нравственные ценности в системе общественных отношений // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2–7. – С. 1566–1569.
7. Асланова Р. Вечность национального бытия, бытие национальных ценностей равна вечности самой жизни. // Ильхам Алиев. Цитаты и анализ. – Баку: Изд. «Азербайджан», 2006. – 328 с. (на азербайджанском языке).
8. Велиева С. Есть право жить / С. Велиева. – Баку: «Ol» MMC, 2013. – 572 с. (на азербайджанском языке).
9. Алиев И. Цитаты и анализ / И. Алиев. – Баку: Изд. «Азербайджан», 2006. – 328 с. (на азербайджанском языке).
10. Зардаби Г. Иттихад-лисан. // Антология азербайджанской публицистики. – Баку: Изд. Шарг-Гарб, 2007. – 688 с. (на азербайджанском языке).
11. Кочарли Ф. Избранные произведения / Ф. Кочарли. – Баку: Изд. АН Азерб. ССР, 1963. – 341 с. (на азербайджанском языке).
12. Шамсизаде Н. Азербайджанская идеология / Н. Шамсизаде. – Баку: Сабак, 1996. – 103 с. (на азербайджанском языке).
13. Мехтиев Р. Азербайджанство как совершенный образец национальной идеологии // «Мультикультурализм». – 2016. – № 1. – С. 20–27 (на азербайджанском языке).
14. Габиббейли И. Литературно-историческая память и современность / И. Габиббейли. – Баку: Изд. «Нурлан», 2007. – 696 с. (на азербайджанском языке).
15. Азербайджанлы. Ходить невежей – быть во сне. // «Кешкуль». – 1890. – 16 ноября (на азербайджанском языке).
16. Шахтахтинский М. Как называть закавказских мусульман? // «Каспий». – 1891. – № 93 (на азербайджанском языке).
17. Габиббейли И. Джалил Мамедкулизаде / И. Габиббейли. – Баку: Чинар-чап, 2002 (на азербайджанском языке).
18. Мамедкулизаде Дж. Азербайджан. // «Молла Насреддин». – 1917. – 27 ноября (на азербайджанском языке).
19. Джафаров Н. Азербайджанцы: политико-идеологические перспективы этнокультурного единения / Н. Джафаров. – Баку: Дом новых изданий-XXI, 2001 (на азербайджанском языке).
20. Джафаров Н. Основы азербайджановедения / Н. Джафаров. – Баку: Педагогика, 2005 (на азербайджанском языке).
21. Велиева С. Азербайджанство как национальная идеология и художественно-эстетическое учение / С. Велиева. – Баку, 2012 (на азербайджанском языке).
22. Обращение Президента Азербайджанской Республики Г. Алиева к народу по азербайджанскому телевидению в честь праздника Новруз. – 21 марта 1998 года (на азербайджанском языке).
23. Мамедли А. Азербайджанство в творчестве Дж. Мамедкулизаде / А. Мамедли. – Баку: Эльм, 2003 (на азербайджанском языке).
24. Абдуллаев К. Азербайджанский мультикультурализм сегодня // «Мультикультурализм». – 2016. – № 1. – С. 37–43 (на азербайджанском языке).
25. Халилов С. Жизнь и ее невидимая сторона. Философская и художественная публицистика / С. Халилов. – Баку: Изд. «Нурлар», 2013. – 448 с. (на азербайджанском языке).
26. Велиева С. Время прошло незаметно... / С. Велиева. – Баку: Изд. «Ганун», 2012. – 568 с. (на азербайджанском языке).
27. Юнг К.Г. Собрание сочинений. Психология бессознательного / К.Г. Юнг. – М.: Канон, 1994. – 320 с.

28. Халилов С. Лидер. Государство. Общество / С. Халилов. – Баку : Изд. «Азербайджанский университет», 2001. – 358 с. (на азербайджанском языке).
29. Закон Азербайджанской Республики «О государственном языке в Азербайджанской Республике» // «Азербайджан». – 2003. – 4 января (на азербайджанском языке).

Аскерова П. С. Національні й моральні цінності у духовному житті Азербайджану

Анотація. З-поміж національно-духовних цінностей азербайджанського народу мають велику вагу азербайджанство, любов до батьківщини, національна мова, прив'язаність до своєї малої батьківщини, до землі, ісламські цінності, полікультурне середовище, толерантність, своєрідність родинно-побутових звичаїв і традицій, літературно-художньої творчості тощо. Аналіз доводить, що такі цінності закріпились у ментальних уявленнях азербайджанців. Водночас сучасні процеси в загальнолюдській історії впливають на розвиток окремих компонентів національних і моральних цінностей. Завдання держави – охороняти їх, щоб зберегти єдність народу і перспективи його успішного подальшого розвитку.

Ключові слова: азербайджанство, любов до батьківщини, національна мова, прив'язаність до своєї малої

батьківщини, до землі, ісламські цінності, полікультурне середовище, толерантність, своєрідність родинно-побутових звичаїв і традицій.

Askerova P. S. National and moral values in azerbaijan's spiritual life

Summary. Azerbaijanism, love to the motherland, national language, attachment to the place of birth and to the land, Islamic values, multicultural environment, tolerance, originality in the family and domestic customs and traditions, literary and artistic work hold the leading place among the national and spiritual values of Azerbaijanian people. The analysis shows that all of this has a special place in the mental representations of the Azerbaijanians. However, current processes in general human history have their influence on the development of individual components of the national and moral values of people. The main task of the government is to save them to preserve the unity of the people and their prospects for the successful future development.

Key words: Azerbaijanism, love to motherland, national language, attachment to the place of birth and to the land, Islamic values, multicultural environment, tolerance, originality in the family and domestic customs and traditions.

Білінський Д. Ю.,

викладач кафедри іноземних мов і новітніх технологій навчання
Навчально-наукового інституту іноземної філології
Житомирського державного університету імені Івана Франка

ДИНАМІКА ВІДОБРАЖЕННЯ РОЛЬОВОЇ АСИМЕТРІЇ В МОВЛЕННЄВОМУ ЖАНРІ СІМЕЙНОЇ БЕСІДИ (НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ ХХ СТОЛІТТЯ)

Анотація. У статті проаналізовано стратегії, тактики, мовленнєві акти та лексико-стилістичні засоби, що відображають динаміку рольової асиметрії у мовленнєвому жанрі сімейної бесіди на матеріалі британської драми ХХ століття.

Ключові слова: рольова асиметрія, мовленнєвий жанр, стратегія, тактика, сімейна бесіда, драма.

Постановка проблеми. Соціальна роль є важливим складником відносин у суспільстві, оскільки вона визначає правила поведінки індивіда, який виконує певну роль [1, с. 23]. Соціальна нерівність спричиняє асиметричний розподіл прав та обов'язків між членами суспільства, що відображається у рольових відносинах та мовленні індивіда, що становлять явище рольової асиметрії. Зазначена проблема є досі маловивченою з лінгвістичного погляду. Наше дослідження, здійснене на матеріалі британської драми, націлене на виявлення змін у прояві рольової асиметрії у мовленнєвому жанрі сімейної бесіди протягом ХХ століття. Залучення терміна мовленнєвий жанр, під яким розуміють певні тематично оформлені, стійкі, композиційні та стилістичні типи висловлення, які виступають як вербальне оформлення типової ситуації соціальної взаємодії людей [2, с. 46], дає змогу виявити тактико-стратегічні та лексико-стилістичні особливості мовлення персонажів британської драми, що відображають асиметрію їх соціальних ролей.

Мета – проаналізувати стратегії, тактики та стилістичні засоби, за допомогою яких відображена рольова асиметрія в сімейній бесіді.

Виклад основного матеріалу. Спілкування в сім'ї несе на собі багато особливостей функціонування мовних одиниць у малій соціальній групі [3, с. 107]. Водночас сім'я є соціальною групою із власною структурою, ієрархією, нормами та правилами поведінки. Для сімейної бесіди важлива ієрархія учасників спілкування, вік, роль глави сім'ї. Сімейна бесіда є невимушеною побутовою розмовою носіїв літературної мови. Вона належить до розмовного стилю та, оскільки є однією зі сфер літературної мови, протистоїть їй за низкою ознак: спонтанність, неофіційність, ненормативність порівняно з літературною мовою. Незважаючи на те, що в сімейній бесіді простежується неповнота, уривчастість словесного оформлення повідомлень, це рідко відображається на розумінні учасниками один одного, тому що їх спілкування спирається на загальний побут, загальний соціально-культурний досвід. Із лінгвістичної позиції сімейна бесіда є самостійним жанром, що підрозділяється на субжанри, у яких виділяють сімейні діалоги, полілоги, телефонні розмови [4, с. 29].

Перша половина ХХ століття характеризується домінуванням традиційних сімейних цінностей, що було пов'язано із соціальним та економічним аспектами тогочасного британського суспільства [5, с. 410; 6, с. 115–117].

Аналіз персонажного мовлення показує, що чоловік домінує в розмові з дружиною, його тактики належать до мегастратегії конфронтації. Дружина змушена підкорятися та намагаться прямувати розмову в кооперативне русло. Наприклад:

Chris. So he will. And hungry. Have ye got him some supper ready?

Martha. There's a nice new bit o' cheese, and some soup keeping hot in the kitchen.

Chris. That's right. I want Edward to feel at home when he comes here.

Martha. Now let me side them papers and things away. I don't feel comfortable with the place so untidy.

Chris. Let them be till I've done, Martha; and then I 'll side them myself. I'd rather. I don't know where to look for things when you've put them tidy.

Martha. As you please.

Chris. I'll have to see Mr. Dove about these in the mornin'. I doubt I 'm getting too old for Circuit Steward.

Martha. Too old indeed! You're tired to-night, that's all [7, с. 11].

Як продемонстровано в прикладі, домінуюча соціальна роль чоловіка реалізується в тактиці контролю за виконанням попередніх розпоряджень, вираженій квеситивом *"Have ye got him some supper ready?"*, схвалення дій співрозмовника у мовленнєвому акті констативу *"That's right..."* та непрямой відмови *"Let them be till I've done..."*, що виражена директивом. Зазначені тактики підкріплюються антитезою *"I don't feel comfortable with the place so untidy... when you've put them tidy..."*. Дружина, у свою чергу, послуговується тактикою пропозиції, вираженою у реквестиві *"Now let me side them papers and things away..."*, згоди, що реалізована у констативі *"As you please..."* та компліменту в мовленнєвому акті констативу *"Too old indeed! You're tired to-night, that's all..."*. Зазначені тактики дружини є складником стратегії кооперації та показують її залежну позицію відносно позиції чоловіка та, відповідно, намагання використовувати тактики, що сприяють підтриманню кооперації.

Водночас у персонажному мовленні наявна конфронтація з боку дружини, коли йдеться про важливі для неї речі. В іншому прикладі відображено конфлікт у стосунках між чоловіком та дружиною, де обидва учасники дотримуються конфронтативної стратегії. Зміна стратегії поведінки дружини вмотивована невдоволенням поведінкою чоловіка. Голова сім'ї продовжує послуговуватися стратегією домінування, проте, протест дружини змушує його виправдовувати власне рішення.

Martha (hearing the voice and rising). Mary! My girl.

Chris. Stop where ye are, mother.

Martha. Mary, come to me. (She staggers towards Mary. Chris, stops her.)

Chris. It's not for me to forgive her. She must look higher than me for forgiveness.

Martha. But I can forgive her. You don't know how lonely I've been these years, and how I've longed for my child. Mary! (She rises.)... It's the Old Testament he goes by, Mary, the cruel part. I don't; I go by the New, and I forgive you as it tells me to [7, с. 16].

У зазначеному прикладі дружина вважає ставлення чоловіка до дочки занадто суворим, а його рішення стосовно її долі несправедливим та демонструє це за допомогою тактики незгоди, вираженої констативом *"But I can forgive her..."*, негативної оцінки у мовленнєвому акті констативу *"It's the Old Testament he goes by, Mary, the cruel part..."* та спонування, вираженого директивом *"Mary, come to me..."*. Незгода дружини доповнюється антитезою *"It's the Old Testament he goes by... I don't; I go by the New..."* та невербальною реакцією *"(She staggers towards Mary. Chris, stops her.), (She rises.), (hearing the voice and rising)"*. Все це показує її відкрити непокору чоловікові та відмову слідувати правилам власної ролі. Чоловік же послуговується тактиками наказу, вираженого у директиві *"Stop where ye are, mother..."*, виправдання та аргументації у мовленнєвому акті констативу *"It's not for me to forgive her. She must look higher than me for forgiveness..."*. Як бачимо, він намагається зберегти домінуючу позицію власної соціальної ролі, водночас виправдовуючи власне рішення.

У другій половині XX століття відбулися значні зміни у британському суспільстві, що було відображено у мовленні персонажів драми. У жінок з'явилася можливість працевлаштуватися та бути незалежними економічно від чоловіків, що значно підвищило їхню роль у сім'ї [8, с. 21–22]. Спостерігається зниження впливу релігії на сімейні цінності [9, с. 12–14], про що свідчить зростання кількості розлучень у другій половині XX століття.

Лібералізація сімейних стосунків не приводить до одностайної кооперації у стосунках між чоловіком та дружиною. Проте боротьба за владу у сім'ї набуває конфронтаційних форм. Інший приклад показує ситуацію конфлікту між чоловіком та дружиною:

MAX: Lake Geneva. You haven't been to Virginia Water, have you? Lake Geneva. It is at Geneva? It must be...

CHARLOTTE: Stop it-stop it-stop it...

MAX: You forgot your passport....

CHARLOTTE: I think I do. You go through my things when I'm away? (Pause. Puzzled.) Why?

MAX: ...You should have just put it in your handbag. We'd still be an ideal couple. So to speak [10, с. 11].

Оскільки метою чоловіка є звинувачення дружини у шлюбній зраді, він обирає стратегію конфронтації, що включає тактику перевірки інформації, що виражена в мовленнєвому акті квеситиву, реалізованому розділовим питанням *"You haven't been to Virginia Water, have you?"*, що супроводжується повторами *"Lake Geneva"*, та тактику констатації фактів, що виражена констативом *"You forgot your passport"*, тактикою критики співрозмовника *"You should have just put it in your handbag. We'd still be an ideal couple. So to speak"*. Дружина ж відмовляється займати залежну позицію та відповідає тактикою наказу, вираженою ін'юнктивом, який повторюється декілька разів *"Stop it-stop it-stop it."* та тактикою звинувачення у мовленнєвому акті квеситиву *"You go through my things when I'm away?"*

Водночас у ситуації конфлікту між чоловіком та дружиною, де домінуючу позицію в суперечці займає дружина, чоловік не йде на конфронтацію, а намагається виправдатися, що має по-

вернути розмову в кооперативне русло. Це відображено в такому прикладі:

WIFE: You shouldn't come here.

GEORGE: Why not?

WIFE: I'm not impressed-just because you've got a guilty conscience...

GEORGE: I'm sorry, lover-! was terribly disappointed myself, really disappointed.

WIFE: And don't call me lover... (Moves away.) You let me down.

GEORGE: I had to demonstrate a new line-there was big money involved [11, с. 124].

Домінуюча позиція дружини показана в її критиці поведінки чоловіка *"I'm not impressed-just because you've got a guilty conscience..."*, що є ознакою конфронтаційної стратегії. Її поведінка доповнюється невербальною реакцією *"(Moves away)"*. Водночас чоловік застосовує тактику вибачення *"I'm sorry, lover-! was terribly disappointed myself, really disappointed..."* та виправдання власної поведінки *"I had to demonstrate a new line-there was big money involved..."*, що свідчить про його бажання завершити конфлікт та повернутися до кооперації.

Така поведінка подружньої пари в другій половині XX століття, де домінуючу позицію займає дружина, має відмінності від поведінки персонажів на початку століття, коли дружина виявляла лише перші ознаки непокори.

Висновки. Аналіз персонажного мовлення британської драми показує, що соціальна взаємодія, в основі якої є рольова асиметрія, спостерігається в межах мовленнєвого жанру сімейної бесіди, що спричинено історичними та соціально-економічними факторами, які мали місце у Великобританії XX століття. Якщо стратегії та тактики кооперації та конфронтації мають місце у мовленні персонажів впродовж XX століття, особливості їх використання змінюються. Так, на початку XX століття спостерігається домінування чоловіка в сім'ї, що виражено тактикою контролю за виконанням попередніх розпоряджень, схваленням дій співрозмовника та непрямою відмовою. Залежна позиція дружини демонструється тактиками пропозиції, згоди та компліменту. Водночас у ситуації, яка є важливою для жінки, вона ставить під сумнів правильність рішень чоловіка та його домінування, послуговуючись тактиками незгоди і негативної оцінки. У другій половині XX століття ситуація кардинально змінюється: чоловік втрачає домінування, проте, це не приводить до кооперації, а приводить до боротьби за владу між чоловіком та дружиною, яка вдається до конфронтаційних тактик. При цьому мають місце ситуації, де чоловік займає залежну позицію, послуговуючись тактиками вибачення та пояснення власної поведінки.

Подальша перспектива дослідження вбачається нами в дослідженні динаміки асиметричного спілкування в персонажному мовленні британської драми XX століття із залученням такої статусної характеристики, як вік.

Література:

1. Карасик В.И. Язык социального статуса. / В.И. Карасик. – М. : Институт языкознания АН СССР, 1991. – 495 с.
2. Рытнікова Я.Т. Семейная беседа как жанр повседневного речевого общения / Я.Т. Рытнікова // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 45–56.
3. Тарасов Е.Ф. Язык и культура: методологические проблемы / Е.Ф. Тарасов, Ю.А. Сорокин // Национально-культурная специфика речевого поведения: сб. статей. – М., 1977. – С. 105–112.
4. Дементьев В. В. Коммуникативная генеристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В. В. Дементьев // Жанры речи. – 2002. – № 3. – С. 18–40.

5. Vermeer P. Religion and Family Life: An Overview of Current Research and Suggestions for Future Research / P. Vermeer // *Religions*. – 2014. – Vol. 5. – P. 402–421.
6. Lovše N. Roles of Husbands and Wives in the Christian Marriage Relationship (Ephesians 5) / N. Lovše // *KAIROS – Evangelical Journal of Theology*. – 2009. – Vol. 3. – P. 113–134.
7. Houghton S. The Old Testament And The New / S. Houghton // Constable and Co. Ltd., 1914. – Vol. 3. – P. 1–25.
8. Lewis J. Women and Society Continuity and Change since 1870 / J. Lewis // *The Economic History Review*. – 1985. – Vol. 1. – P. 21–25.
9. Voas D. Religion in Britain: Neither Believing nor Belonging / D. Voas, A. Crockett // *Sociology*, BSA Publications Ltd. – 2005. – Vol. 39. – P. 11–28.
10. Stoppard T. The real thing / T. Stoppard. – L. : Faber & Faber, 1983. – 85 p.
11. Stoppard T. Teeth / T. Stoppard. – L. : Farrar, Straus and Giroux, 1998. – 272 p.

Билинский Д. Ю. Динамика отражения ролевой асимметрии в речевом жанре семейной беседы (на материале британской драмы XX века)

Аннотация. В статье проанализированы стратегии и тактики, отражающие динамику ролевой асимметрии в речевом жанре семейной беседы на материале британской драмы XX века.

Ключевые слова: ролевая асимметрия, речевой жанр, стратегия, тактика, семейная беседа, драма.

Bilinsky D. Dynamics of the Role Asymmetry Representation in the Speech Genre of Family Conversation (Based on British Drama of the 20th Century)

Summary. The article analyzes the strategies and tactics, which reflect the dynamics of role asymmetry in the speech genre of family conversation based on British drama of the 20th century.

Key words: role asymmetry, speech genre, strategy, tactics, family conversation, drama.

Главацька Ю. Л.,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства
та прикладної лінгвістики факультету перекладознавства
Херсонського державного університету

ГРОТЕСКНИЙ ОБРАЗ ЛЮДИНИ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ БАЙОК: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Анотація. У статті подано опис лінгвокогнітивних механізмів формування гротескного образу людини в текстах англomовних байок. Концептуальна система комічного англomовної байки доби Реалізму представлена концептуальним полем ЛЮДИНА ЯК МАРІОНЕТКА. Концептуальний оксиморон СУСПІЛЬНЕ vs. ІНДИВІДУАЛЬНЕ лежить в основі формування гротескного образу людини.

Ключові слова: гротескний образ людини, мапування, концептуальний оксиморон, лінгвокогнітивні процедури.

Постановка проблеми. Байка – один із найбільш поширених у світовій літературі жанрів, який має багату і давню традицію. Байкарські сюжети виникли у давні часи, задовго до оформлення самого жанру. У літературознавстві байка традиційно розглядається як інакомовність, двопланове оповідання, із сюжету якого випливає моральне повчання.

Дві загальні протилежні тенденції у розвитку англomовної байки – тенденція до уподібнення до тексту-прототипу та тенденція до руйнації класичного жанру байки – зумовлюють основні віхи історичного розвитку в аспекті її онтологічних й гносеологічних властивостей. Англomовна байка є відкритим текстом, оскільки, по-перше, реінтерпретація сюжету прототексту уможливило обмін інформацією між першоджерелом та навколишнім світом; по-друге, текст англomовної байки синтезує елементи інших жанрів, зокрема, жанру короткого оповідання. Англomовна байка представлена текстами таких літературно-історичних епох, як Середньовіччя (Дж. Чосер, *Nun's Priest's Tale*), Просвітництво (Б. Мандевіль, *The Grumbling Hive: or, Knaves Turn'd Honest*; Дж. Гей, *Poetic Fables*), Реалізм (А. Бірс, *Fantastic Fables*; Дж. Ейд, *Fables in Slang*), Модернізм (Дж. Тербер, У. Сароян) та Постмодернізм (М. Кінгтон's *Updated fables for the 21st century*).

Відразу з початку панування антропоцентричної парадигми в лінгвістиці людина автоматично потрапила в центр уваги мовознавців. Ю.С. Степанов відзначає, що ЛЮДИНА є найбільш параметризованим концептом у мовній картині світу. У цілому параметри узагальнюються в три основні групи: 1) людина відносно світу (Бога); 2) людина відносно собі подібних («свій» – «чужий»); 3) людина відносно суспільства [1, с. 718]. Відстеження цих параметрів простежується нами під час побудови концептуальних полів системи комічного в текстах англomовних байок.

Байка як певна модель дійсності віддзеркалює еволюцію суспільної думки про місце людини у світі, оскільки об'єктом критики, об'єктом комізму в байці завжди є людина. Концептуальна система комічного текстів англomовних байок відображає фрагмент сміхової картини світу, ядром якої є людина. Екстраполюючи ідеї В.Г. Ніконової про концептуальний простір трагічного [2, с. 14], концептуальну систему комічного розглядаємо як систему, що складається з восьми концептуаль-

них полів: ЛЮДИНА ЯК БОЖИЙ ПРОМИСЕЛ, ЛЮДИНА ЯК МАРІОНЕТКА, ЛЮДИНА ЯК ІДЕНТИФІКАТОР ПОРОКУ ТА ДОБРОДІЙНОСТІ, ЛЮДИНА ЯК ПРОДУКТ СОЦІАЛЬНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ СИЛ, ЛЮДИНА ЯК ВТІЛЕННЯ ПЕВНОГО ПОРОКУ, ЛЮДИНА ЯК ПОТВОРА ЦИВІЛІЗАЦІЇ, ЛЮДИНА ЯК ДЖЕРЕЛО ПІЗНАННЯ СВІТУ, ЛЮДИНА ЯК РУШІЙ ЧАСУ. Кожне концептуальне поле складається з певної кількості художніх концептів, які створюють декілька підкласів. Виявлення художніх концептів неможливе, на нашу думку, без вивчення позамовних чинників та домінуючих концептуальних метафор культурно-історичних епох. Зміст і смисл образу відбивають осмислення тих життєвих орієнтирів, що панують у певну добу. Байкарі відображають у текстах байок настрої, сподівання та переломлюють їх крізь призму свого індивідуального досвіду, створюючи узагальнений образ людини, який, як свідчать результати семантичного та концептуального аналізу, представлений такими його підвидами: амбівалентний, імперативний, парадоксальний та гротескний.

Останні наші публікації були зорієнтовані на опис характеристики різноманітних персонажів текстів англomовних байок [3], розвитку образної специфіки англomовної байки крізь призму розвитку різних видів мислення [4], композиції та композиційно-сміслові структури [5]. Мета наукової розвідки полягає в описі лінгвокогнітивних механізмів формування гротескного образу людини в тексті англomовної байки.

Виклад основного матеріалу. Доба Реалізму характеризується правдивим і всебічним відображенням дійсності на основі типізації життєвих явищ. Концептуальну метафору епохи, яка представлена творами Дж. Ейда, можна сформулювати таким чином: ЖИТТЯ Є ВІДОБРАЖЕННЯ СУПЕРЕЧНОСТІ В ЛЮДЯХ ТА ЇХНІХ ВЗАЄМИНАХ, ЛЮДИНА Є ЕГОЦЕНТРИСТ. Це пов'язано зі швидким розвитком науково-технічного прогресу в США початку ХХ століття, який став причиною породження відчуження між людьми, ідолопоклонства речам і особистим вигодам, крайнього індивідуалізму і егоцентричної замкненості. Цей стан американського суспільства дослідники називають драмою оптимізму [6, с. 14–36]. Зв'язок людини зі світом спостерігається через ставлення людини до собі подібних («свій» – «чужий»).

За результатами текстово-інтерпретаційного, семантичного та концептуального аналізу фактичного матеріалу нами було встановлено, що характерним для текстів байок доби Реалізму є «мотив маріонетки», або «гротескний мотив трагедії ляльки» [7, с. 48–49], який є підґрунтям формування гротескного образу людини.

Гротескний образ, який утворюється внаслідок порушення пропорцій та гармонії [8, с. 58], передбачає зіткнення в його структурі карикатурно загострених елементів, викликає свою появою реакцію здивування й відторгнення [9, с. 94]. Доведе-

но, що в гротеску домінують такі ознаки: «поєднання несполучуваного» (*живого/мертвого, раціонального/безглузлого, матеріального/духовного, гри/серйозності, порядку/хаосу*) та «суміш почуттів» (*трагічного/комічного, сміху/жаху*) (курсив – Л. Р.) [10, с. 438].

У контексті роботи ми вважаємо, що в підґрунті створення гротескного образу людини лежать концептуальні оксиморони РАЦІОНАЛЬНІСТЬ vs. АБСУРДНІСТЬ, ІНДИВІДУАЛЬНЕ vs. СУСПІЛЬНЕ, формування яких супроводжується лінгвокогнітивною процедурою відхилення від усталених норм.

Концептуальне поле ЛЮДИНА ЯК МАРІОНЕТКА, що охоплює 15 художніх концептів у 59 контекстуальних вживаннях, складається з трьох підкласів: «людина як індивідуальність» (4 концепти в 23 вживаннях), «стосунки між людьми» (8 концептів у 30 вживаннях), «суспільні відносини» (3 концепти в 6 вживаннях).

Ключовими концептами в цьому концептуальному полі є ЖІНКА/ДРУЖИНА (12 вживань), ЧОЛОВІК (5 вживань), ЗНЕВАГА (11 вживань), ЖАДІБНІСТЬ (6 вживань), СІМ'Я (3 вживання), ШЛЮБ (2 вживання). Семантичний, текстово-інтерпретаційний та концептуальний аналіз текстів байок доводять, що силою, що керує людьми й перетворює їх у маріонетки, є сила людських стосунків, яка базується на приниженні, образі, зневазі (наведені сутності підводимо під один концепт ЗНЕВАГА): виявляти себе позитивною людиною в суспільстві інших людей та негативно ставитися до членів своєї родини.

Формування гротескного образу людини пропонуємо розглянути на тексті однієї байки Дж. Ейда «The Fable of the Honest Money-Maker and the Partner of his Joys, Such as They Were» [11], де образи основних персонажів (фермера та його дружини) є найяскравішими для виявлення лінгвокогнітивних механізмів їх утворення.

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що мапування знань базового рівня передбачає перенесення не стільки ознак сутностей, скільки ситуацій, що ними описуються. Принцип аналогії разом із принципом несумісної аналогії слугує когнітивним обмеженням у формуванні гумористично-іронічної тональності текстів англомовних байок доби Реалізму та у формуванні комічного образу. Ці принципи проявляються в характері мапування (атрибутивному, ситуативному).

Концептуальний оксиморон СУСПІЛЬНЕ vs. ІНДИВІДУАЛЬНЕ лежить в основі створення гротескного образу фермера. Під СУСПІЛЬНИМ розуміємо ставлення головного персонажа до інших людей як спільноти; ІНДИВІДУАЛЬНЕ асоціюється з рисою власника, тобто володіти не лише предметами побуту, а й родичами як рабами. Текстове втілення наведеного концептуального оксиморону відбувається через лінгвокогнітивні операції атрибутивного (опис головного персонажа) та ситуативного (його ставлення до мешканців маєтку та до членів родини) контрастивного видів мапування. Активізація художнього концепту КОМІЗМ здійснюється через контрастивні текстові ситуації, що є прикладами контекстів комічного. Так, опис фермера є іронічно забарвленим з допомогою вживання гіпербол: «He commanded the Respect of all his Neighbors», «Henry was undoubtedly the Tightest Wad in the Town». Актуалізація концепту ІНДИВІДУАЛЬНЕ також відбувається шляхом залучення гіперболи, яка передає негативне ставлення фермера до своєї дружини: «He (the farmer) let her (his wife) have as high as Two Dollars a Year to spend for herself. Her Hours were from 6 A.M. to 6 A.M., and if she got any Sleep she had to take it out of her Time». Зміст наведеної гіперболи полягає в концептуальному оксимо-

роні ЗАМАСКОВАНА СУТНІСТЬ ЛЮДИНИ vs. ІСТИНЕ ОБЛИЧЧЯ ЛЮДИНИ.

Отже, дружина фермера є його власністю, лялькою. Через метафоричне порівняння, у підґрунті якого лежить лінгвокогнітивна операція атрибутивного мапування, створюється гротескний образ дружини, що відображає суміш комічного та трагічного: «...she was as thin as a Rail and humped over in the Shoulders». У наведеному прикладі комплекція жінки порівнюється з аналогічним виглядом дошки. У словесному поетичному образі «Her complexion was like Parchment» колір обличчя порівнюється з кольором пергаменту, тобто обличчя має жовтуватий відтінок, що підкреслює нездоровий вигляд жінки.

Осмислення концептуальної метафори ЖІНКА/ДРУЖИНА Є МАШИНА здійснюється через семантичний аналіз низки номінативних одиниць, які мають спільну сему «припинення функціонування механічного устрою»: *to run down* – зупинитися (про годинники), *to fail* – виходити із строю, *to wear out* – зношуватися, *to break in* – ламатися: «When he took her over to his House to break Her in, the Paper at the County Seat referred to them as the Happy Couple»; *His Wife began to Fail*»; «But Henry's Wife was Gaunt and...all Run Down»; «...she seemed to be Worn Out». Порівняння дружини з машиною міститься в проєктуванні дій, притаманних механізмам, на дії, які властиві у контексті байки дружині. Спостерігаємо смислову невмотивованість як наслідок контрасту між контекстом байки й узуальним значенням дієслів – *to run down*, *to fail*, *to wear out*, *to break in*.

Становлення образу відбувається не лише через мапування негативного ставлення, але й через кореляцію елементів комічного й трагічного. Елемент трагічного додає байці метонімічний словесний образ смерті, де СПОКІЙ (REST) стоїть замість СМЕРТІ (DEATH): «...and his Woman... folded her lean Hands and Slipped away to the only Rest she had known since she tied up with a Prosperous and Respected Farmer». Такий образ є стереотипним словесним образом, що відтворює архетип СМЕРТІ.

Життя людини-маріонетки осмислюється в тексті англомовної байки через дві концептуальні схеми – ЖИТТЯ Є ЗАЛИШОК ІСНУВАННЯ та ЖИТТЯ Є ОБСЛУГОВУВАННЯ: «Years before he had selected a willing Country Girl with Pink Cheeks, and put her into his Kitchen to serve the Remainder of her Natural Life». Наведені концептуальні схеми актуалізують концепт ЗНЕВАГА, який є одним із найчисленніших за кількістю актуалізацій (11). Наведені концептуальні схеми є результатом лінгвокогнітивної процедури конкретизації ознак сутностей царини мети: *remainder* – *a part or portion that is left after use* (порція або частина, що залишилася після використання), *service* – *labour* (праця, труд) та області джерела: *life* – *existence* (життя – існування). Осмислення концепту ЖИТТЯ в термінах концепту ЗАЛИШОК віддзеркалює, на нашу думку, поєднання трагічного та комічного, що лежать у підґрунті гротескного образу [10, с. 438]. Комічний потенціал субстантивної метафори «the Remainder of her Natural Life» полягає в зіткненні номінативних одиниць *Remainder*, що має семантику *частина, порція, що залишається після використання чого-небудь* і *Natural Life* у значенні «існування». Поєднання цих понять породжує несподіване значення, спостерігається відхилення від прототипової концептуальної схеми ЖИТТЯ Є МОДУС ІСНУВАННЯ. Метафора «the Remainder of her Natural Life» стає виразником авторської прагматики: життя молодої дівчини, що розпочинається на фермі свого чоловіка, є залишком, тим, що «відокремлено», «відрізано» від її власного життя.

Осмыслення концепту ЖИТТЯ в термінах концепту ОБСЛУГОВУВАННЯ спостерігаємо в такому прикладі: *"He (the Preacher) said that probably there was some Reason why the Sister had been taken right in the Prime of her Usefulness, but it was not for Henry to know it"*. Ми вважаємо, що відбувається руйнація фразеологізму *Prime of Life*, його модифікація в авторський фразеологізм *Prime of Usefulness*, де лексична одиниця *Prime* є залишком зруйнованого фразеологізму. Підґрунтям ідіоми *Prime of Life* є концептуальна метафора ЖИТТЯ Є ПЕРІОД СИЛИ. Основою авторської ідіоми є концептуальна метафора ЖИТТЯ Є СЕРВІС, ОБСЛУГОВУВАННЯ, через те, що семантика номінативної одиниці *Usefulness* містить семи «користь» (*"beneficial"*) та «обслуговування» (*"service"*). Отже, спостерігаємо мапування онтологічно неспоріднених, семантично різних ознак сутностей, які притаманні сутності царини джерела, на сутність царини мети образу.

Таким чином, основою для побудови моделі організації комічного смислу в тексті байки доби Реалізму є перетинання двох вимірів, двох площин – площини індивідуальної та площини суспільної, що і сигналізує саме про гумористично-іронічну тональність, об'єктом якої є предмет психології індивідуальної. Комічний потенціал іронії полягає у функції, що характеризує персонажів – представників середнього класу, що є складником американського суспільства ХХ століття.

Висновки. Отже, в основі формування гротескного образу людини лежить концептуальний оксиморон ІНДИВІДУАЛЬНЕ vs. СУСПІЛЬНЕ. Специфіка створення гротескного образу людини в тексті англомовної байки виявляється у мапуванні контрастивних ситуацій з допомогою процедур конкретизації й відхилення від усталених норм.

Перспективним вбачаємо опис лінгвокогнітивних механізмів формування імперативного образу людини в текстах англомовних байок.

Література:

1. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – М. : Академический проект, 2004. – 991 с.
2. Ніконова В.Г. Концептуальний простір трагічного в п'єсах Шекспіра: поетико-когнітивний аналіз : автореф. дис. ... доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови»/ В.Г. Ніконова. – К., 2008. – 32 с.
3. Glavatskaya Yu. Classification of English and American fables: description of various characters / Yu. Glavatskaya // Proceedings of the 6th International Congress on Social Sciences and Humanities. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. – Vienna, 2015. – P. 168–173.
4. Главацька Ю.Л. Образна специфіка англомовної байки крізь призму розвитку різних видів мислення / Ю.Л. Главацька // Науковий журнал SCIENCE and EDUCATION a NEW DIMENSION: Philology, I(2). – Issue: 11. – Nov. 2013. – Hungary, Budapest. – P. 82–85.
5. Glavatskaya Yu. Composition vs. composition and sense structure of the text: different scientific approaches / Yu. Glavatskaya // Canadian Journal of Science, Education and Culture. – № 1(5). – Vol. II. – Toronto : "Toronto Press", 2014. – P. 509–512.
6. Американский юмор XX века: сборник / сост. С.Б. Белов. – М. : Радуга, 1984. – 528 с.
7. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин – М. : Художественная литература, 1990. – 541 с.
8. Моклиця М.В. Основи літературознавства : [посібник для студентів] / М.В. Моклиця. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2002. – 192 с.
9. Семків Р. Іронічна структура: типи іронії в художній літературі / Р. Семків. – К. : КМ «Академія», 2004. – 135 с.
10. Рягузова Л.Н. Гротеск как теоретический и художественный концепт в творческой интерпретации Набокова / Л.Н. Рягузова // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма. – М. : Индрик, 2007. – С. 436–443.
11. Ade J. The Fables / J. Ade [Electronical source]. – Access mode : <http://gaslight.mtroyal.ab.ca/gaslight/fablmenu.htm>.

Главацкая Ю. Л. Гротескный образ человека в текстах англоязычных басен: лингвокогнитивные механизмы его формирования

Аннотация. В статье описаны лингвокогнитивные механизмы формирования гротескного образа человека в текстах англоязычных басен. Концептуальная система комического англоязычной басни эпохи Реализма представлена концептуальным полем ЧЕЛОВЕК КАК МАРИОНЕТКА. Концептуальный оксиморон ОБЩЕСТВЕННОЕ vs. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ лежит в основе формирования гротескного образа человека.

Ключевые слова: гротескный образ человека, картирование, концептуальный оксиморон, лингвокогнитивные процедуры.

Glavatskaya Yu. Grotesque image of a human being in the texts of English-American fables: linguistic and cognitive mechanisms of its formation

Summary. The description of linguistic and cognitive mechanisms of grotesque image of a human being formation in the texts of English-American fables is given. Conceptual system of comic in the English-American fable of Realism is presented by conceptual field A HUMAN BEING AS A MARIONETTE. Conceptual oxymoron PUBLIC vs. INDIVIDUAL serves as basis of grotesque image of a human being formation.

Key words: grotesque image of a human being, mapping, conceptual oxymoron, linguistic and cognitive procedures.

Давидюк Н. О.,

аспірант

Інституту філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ГРА У СЛОВА ТА ЗІ СЛОВАМИ: ПОЛІТИЧНІ ОЦІННІ ХЕШТЕГИ У ФРАНЦУЗЬКОМУ ТВІТТЕР-ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ХЕШТЕГОВИСВІТЛЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМΠΑНІЇ У ФРАНЦІЇ У 2014 РОЦІ)

Анотація. Стаття присвячена дослідженню особливостей творення оцінних хештегів із власними назвами в агітаційному та контр-агітаційному політичному Твіттер-дискурсі, аналізу маніпуляційного потенціалу таких хештегів та їх ролі щодо твітів, в яких вони фігурують.

Ключові слова: хештег, політичний Твіттер-дискурс, номінація, гра слів, маніпуляція, прагматика.

Постановка проблеми. Потужний розвиток інтернет-технологій та визначальна роль соціальних цифрових медіа у житті сучасного суспільства зумовили експансію політичного, дипломатичного, агітаційного дискурсів у віртуальний вимір, а саме у соціо-медійну мережу Твіттер. Невід'ємною рисою Твіттера, в свою чергу, є можливість використання хештегів – технологічних феноменів, які, виступаючи організаторами дискурсу та пошуковими елементами, з часом розширили свій функціональний потенціал, ставши потужними інструментами здійснення прагматичного та маніпулятивного впливу. Дослідження феномену хештегів, їх типології та функцій, а також механізмів їх функціонування та розповсюдження становлять непересічний інтерес соціологів, політологів, мовознавців, психологів та дослідників комп'ютерних технологій, адже опанування подібним важелем спрямування думок спільноти є ключовим для поширення певних ідей, нав'язування концептів, контролювання та впливу на сприйняття суспільством дійсності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Техномовній природі, завдяки якій хештеги надають дискурсу «пошукабельності» та забезпечують користувачам мережі можливість долучатися до віртуальних спільнот / публічних дискусій, присвячені роботи М.-А. Паво [3] та М. Заппавігна [4]. Відмінності між вживанням хештегів знаменитостями, бізнес-корпораціями та звичайними користувачами Твіттера вивчає Р. Пейдж [2]. Частина дослідників концентрує увагу на кількісному аналізі поширення певних хештегів у соціо-медійних мережах (Бастос, Раймундо, Травіцкі, 2013; Ма, Сунь, Конг, 2012 та інші). О.А. Тесленко порівнює хештеги з фразеологізмами та звертає увагу на змістову двоплановість хештегу, зокрема, на його конкретно-обставинну та глибинно-субстанціональну сторони [7, с. 112]. Ю.Є. Галяміна вивчає типи хештегів, виділяючи хештеги-тематичні маркери, хештеги-оцінні імена, хештеги-класифікатори, хештеги-модалізатори та хештеги як маркери самих себе [5].

У нашій розвідці увага зосереджена на виокремленому нами типі оцінних хештегів – хештегах, побудованих на основі власних назв, – які є унікальним продуктом агітаційного та

контр-агітаційного політичного дискурсу Твіттера та непересічним інструментом нав'язування ідей суспільству.

Актуальність дослідження визначається розквітом процесу політичного хештеготворення у сучасному інтернет-просторі, потужним прагматичним і маніпулятивним потенціалом оцінних хештегів із власними іменами.

Мета дослідження полягає у виокремленні та аналізі особливостей творення оцінних хештегів із власними назвами у Твіттері на матеріалі хештеговисвітлення передвиборчої кампанії у Франції у 2014 році, дослідженні маніпуляційного потенціалу таких хештегів та їх ролі щодо твітів, в яких вони фігурують.

Матеріалом дослідження став корпус з-понад 10 000 твітів, сформований за найпопулярнішими хештегами передвиборчої кампанії 2014 року у Франції за даними програми Тренд Моніторингу (серед яких, зокрема, хештег «#parisledébat»), а також Твіттер-сторінки провідних політиків Франції (Н. Кошіушко-Морізе, А. Хідальго – кандидати у мери Парижа 2014 року, Н. Саркозі, М. Ле Пен, А. Жюпе тощо); вибірка хештегів-«трендів» (Франція; світові тенденції).

Методи дослідження: лінгвопрагматичний аналіз через призму соціокультурних особливостей французького світосприйняття.

Виклад основного матеріалу. Як зазначала І. Іссерс, ми починаємо помічати те, що має назву, і, навпаки, знаючи назву, ми втрачаємо здатність бачити щось нове [6, с. 85], що є, фактично, звичайним шляхом пізнання. Створення ж хештегів можна вважати актом своєрідної номінації, яка може бути як «наклеюванням нової словесної етикетки» на вже існуючі та названі об'єкти / процеси дійсності, так і створенням словесної етикетки для об'єктів / процесів дійсності, які ще не сформувалися і не мають конкретної назви у суспільній свідомості. А. Дорна досліджує роль окремих слів дискурсу пропаганди, зазначаючи, що саме ключові конкретні слова та їх емоційна насиченість грають роль орієнтирів, що керують та спрямовують у необхідне русло суспільну думку [1, с. 52]. Особливо влучним для маніпулювання суспільною свідомістю є творення неологізмів, адже завдяки ним не потрібно змінювати понятійну та емоційну насиченість вже існуючого слова. Хештеги ж роблять процес «кування» неологізмів нового типу (поєднання слів / поєднання слів та знаків / словосполучення / речення як один хештег-концепт) легким та ефективним, забезпечуючи своєю гіпертекстуальною природою ще й швидкість поширення новоствореної номінації, адже під кожним хештегом формується канал дискусії, що містить усі повідомлення, в яких вказано конкретний хештег.

Дослідження хештеговисвітлення політичної кампанії у Франції 2014 року продемонструвало, що агітаційний та контр-агітаційний соціо-медійний політичний дискурс Франції особливо багатий на оцінні хештеги з власними назвами, побудовані на основі накладання слів та гри зі словами. У таких хештегах поєднуються денотативне (позначувана особа / партія) та конотативне значення, адже вони виступають одночасно референтними маркуваннями конкретної особи / групи / явища та містять їх прагматичну оцінку. Зауважимо, що серед оцінних хештегів із власними назвами політичної кампанії 2014 року у Франції найчастотнішими постали поєднання аббревіатур власних назв (прізвищ, імен, назв партій) з іншими лексичними та синтаксичними одиницями засобом *морфологічної конкатенації*, тобто своєрідним накладанням слів: остання літера аббревіатури виступає одночасно першою літерою наступного слова / словосполучення / фрази. Зокрема, зустрічаємо поєднання аббревіатур імен політиків або назв партій із такими мовними одиницями:

1) іменники англійської мови: #UMPeeppshow (UMP (назва партії «Union pour un mouvement populaire» – «Союз за народний рух») + «Peepshow» (англ. «спектакль, що полягає у підгляданні за голими людьми»); #UMPinder (UMP + «Pinder» (англ. «людина, що вихваляється своїм багатством та добре лагодить з жінками / людина, що грає одну і ту ж мелодію знову і знову, аж поки вона не перестане усім подобатись; «вбивця пісень»)); #UMPopCorn (UMP + «popcorn» (англ. «попкорн»)); ці хештеги вживаються для вираження насмішки та критики стосовно промовистих обіцянок та заяв представників партії UMP);

2) іменники французької мови: #UMPathétique (UMP + «pathétique» (фр. «патетика, пафос»)); #UMPitre(s) (UMP + «pître» (фр. «блазень»)); #UMPanade (UMP + «panade» (фр. бідність, злиденність)); #NKMaire (поєднання аббревіатури імені та прізвища політика (Natalie Kosciusko-Morizet) та французького слова «maire» (пер. «мер»), адже Наталі Косіушко-Морізе брала участь у виборчих перегонках саме у мери Парижа); #NKMassacre (NKM + «massacre» (фр. «вбивство»)); #NKmouloх (NKM та «Kamouloх» (власна назва – популярне французьке шоу – словесний поєдинок абсурдними фразами));

3) прикметники французької мови: #UDIinvisible (UDI (назва партії «Union des Démocrates et Indépendants» – «Союз демократів і незалежних») + «invisible» (фр. «непомітний»)); як можемо здогадатися, хештег використовується у твітах, які направлені на критику низької популярності представників партії «UDI» на виборах 2014 року; #UMPitoyable (UMP + «pitoyable» (фр. «жалкий, нікчемний»));

4) дієслова французької мови: #NKMent (поєднання аббревіатури імені та прізвища кандидата у мери Наталі Косіушко-Морізе та французького дієслова «mentir» (пер. «брехати») у третій особі однини теперішнього часу). #NKMent фактично, є цілим реченням в одному хештезі, утвореному засобом морфологічної конкатенації: Natalie Kosciusko-Morizet ment → NKMENT; використовується у критично направлених твітах щодо кандидатики з наведенням прикладів її неправдивих заяв або дій, що суперечать дійсності / попереднім заявам;

5) аббревіатури французької мови: #NKMDr (NKM (Natalie Kosciusko-Morizet) + «mdr» («mort de rire» (пер. «помираю від сміху» – французький еквівалент надзвичайно вживаного та популярного англійського скорочення «LOL» («laugh(ing) out loud» або «lots of laughs»)). Варто зазначити, що аббревіатура «mdr» також асоціюється зі словом «merde» та його епанте-

зою «merdre» (пер. «лайно»); #NKMDMA (NKM + «MDMA» («méthylènedioxy-méthamphétamine», тобто екстазі);

6) словосполучення французької мови: #UMPireEnPire (UMP + «de pire en pire» (стале прислівникове словосполучення, фр. «все гірше і гірше»). Цей хештег можна вважати прикладом ще й телескопії, утвореної за наступною моделлю: «аббревіатура + усічене словосполучення» (прийменник «de» у хештезі відсутній). Відповідно, значення хештегу #UMPireEnPire – злість та розчарування виборців щодо дій та представників партії «Союз за народний рух»;

7) еліптичні речення французької мови: #UMPoingDansTaFace (UMP + «PoingDansTaFace»). Зазначимо, що злите в одне слово еліптичне речення PoingDansTaFace (фр. «кулаком тобі по обличчю») вже до цієї політичної кампанії стало досить популярним хештегом у Твіттері, який використовується для вираження емоцій: злість щодо когось / чогось (коли хочеться комусь «дати кулаком по обличчю») / неприємне здивування-розчарування (коли автору повідомлення ніби самому дали «кулаком по обличчю»).

Як бачимо, майже всі вищезазначені хештеги, за винятком хештегу #NKMaire, мають негативну конотацію та спрямовані на критику як самих політиків / партій, так і їх дій та передвиборчих обіцянок.

Накладання власних назв на інші мовні одиниці спостерігаємо не лише з аббревіатурами назв партій та імен і прізвищ кандидатів, а й, власне, з повними іменами та прізвищами політиків. Наведемо кілька прикладів:

#PMAAnne: аббревіатура на позначення штучного запліднення PMA («procréation médicalement assistée») + Anne (ім'я кандидатики у мери Парижа Анн Ідальго); використовується з критикою позитивної позиції А. Ідальго щодо процедури штучного запліднення;

#HidalgoOUT: прізвище кандидата у мери Парижа Анн Ідальго (Hidalgo), остання літера якого виступає одночасно і першою літерою наступного слова «out» (пер. з англ. «геть»); використовується у твітах із метою критики кандидатики;

#Hidalgo: прізвище кандидата у мери Парижу Анн Ідальго (Hidalgo), останні літери якого виділені великими літерами для позначення у самому прізвищі англійського слова «go» (пер.: «вперед», «давай»); використовується у твітах на підтримку кандидатики.

Спостерігаємо також популярність хештегів, побудованих на основі *гри слів за рахунок телескопії та каламбуру*, які використовуються з метою насмішки та критики:

#ripoublicain: «riou» (= «pourri» (слово з верлану (verlan), фр. «корумпований») + «républicain» (фр. «республіканець»); у Твіттері зустрічається також варіант цього хештегу у множині: #ripouxblains; як бачимо, закінчення множини додається і до першого слова, яке фігурує у повному вигляді у новоствореному каламбурі, і, власне, до новоствореного слова;

#merdias: «medias» (фр. «ЗМІ») + «merde» (фр. «лайно»);

#sarkoNzy: Sarkozy (прізвище Н. Саркозі) + «con» (фр. «бовдур» (лайливе слово)); цей хештег є словом-сендвічем («mot-sandwich»); у середину прізвища політика додається лише одна буква, яка для підсилення візуального ефекту хештегу виділена великою літерою; завдяки цьому новостворений склад звучить так само, як фр. слово «con».

Наведемо також цікавий приклад зі «свіжих» французьких хештегів (листопад 2016 року), побудований на основі каламбуру з власним іменем (американським) та дієсловом (французь-

ким): *#Trumpé* / *#Trumpés*. Цей хештег з'явився як негативна реакція на вибір американців на президентських виборах 2016 року. Франкомовні користувачі Твіттера використали прізвище переможця виборів Д. Трампа (*Trump*), характерну для французької мови словотвірну модель формування дієприкметників минулого часу (додавання до основи слова закінчення «*é*») / «*és*» (множина)), гру слів на основі паронімії прізвища Д. Трампа та французького дієслова «*tromper*» / «*se tromper*» (укр. «брехати, зраджувати, вводити в оману» / «помилятися, обманювати самого себе») та похідного від нього дієприкметника минулого часу «*trompé*» (укр. «обманутий, зраджений»). Цей хештег зустрічається і як тема повідомлення наприкінці твіту (не будучи інтегрованим до структури речення-твіту), так і в інтегрованому до синтаксичної структури твіту вигляді, наприклад: «*WTF America?? Se tirer une balle dans le pied aurait été plus utile et plus fun je pense.... #Trump #Trumpocalypse #trumpés #ElectionDay / Les américains se sont #Trumpés...*», «*Les sondages se sont #TRUMPés! #TweetMoqueur #Trump*» тощо.

Цікавим прикладом хештегу з власним іменем, який вживається для критики особи, прізвище якої, власне, не фігурує у хештезі, є *#CestPasMoiCestCopé*. Цей хештег з'явився як критика колишнього президента Н. Саркозі стосовно його причетності до «справи «Бігмаліон» (корупційних махінацій з метою фінансування передвиборчої кампанії Н. Саркозі у 2012 році, пов'язаних із фіктивними замовленнями через французьке PR-агентство «Бігмаліон») через його свідчення щодо того, що організацію кампанії займався його однопартієць Ф. Копе, а самому Саркозі не було відомо про незаконне фінансування кампанії та перевищення граничної суми виборчих витрат. Зазначений хештег постає виключно французькою реальністю, і, що цікаво, у багатьох твітах він вживається разом з артиклем: «*antiReaspublicain: vont l'utiliser lgtemps encore le #cestpasmoicestcopé les #sarkozy & co?*»; «*Auditeur: @francetvinfo il nous fait un #cestpasmoicestcopé*» тощо, що свідчить про те, що хештег був лексикалізований: його почали вживати як одне слово-поняття для позначення відмовок від звинувачень та перекладання своєї провини на інших. Важливо, що можна зустріти різні написання одного і того самого хештегу: кожне нове слово у хештезі може як позначатися великою літерою, так і ні, а також фігурувати як з діакритичними знаками, так і без них (важливо, зокрема, для франкомовного Твіттера). Зокрема, вищезазначений хештег фігурує у Твіттері у таких варіаціях: *#CestPasMoiCestCope* *#CestPasMoiCestCopé* *#cestpasmoicestcopé*, але, попри подібну різницю у написанні, хештег залишається одним і тим самим і, відповідно, утворює лише один канал комунікації.

Прикладом того, як завдяки хештегу сформувалося та поширилося нове поняття-концепт, яке набуло популярності вже не у вигляді хештегу, а як окреме словосполучення, став *#LepénismeMédiatique*. Це словосполучення утворилося на основі прізвища кандидати у президенти М. Ле Пен, до якого було додано французький суфікс «*-isme*» (вживається для формування слів на позначення доктрин, ідеологій, теорій тощо), та прикметника «*médiatique*» (медіа); використовується для позначення широкого висвітлення у ЗМІ політичної лінії М. Ле Пен у позитивному світлі. Зазначимо, що цей хештег вживається у переважній більшості випадків із метою критики цієї уваги преси до кандидати, він перетворює «захоплення» медіа М. Ле Пен на нове негативне явище / процес, дає йому назву і таким чином включає його до суспільної свідомості.

Оцінні хештеги з власними назвами одночасно вказують на денотат та мають конотативне забарвлення. Якщо початковою ідеєю впровадження хештегів було маркування теми повідомлення і вони розташовувалися переважно наприкінці твіту як окремий елемент, виступаючи як своєрідний заголовок / маркування теми, то на сучасному етапі «освоєння» інтернет-спільнотою цих техномовних одиниць хештеги можуть бути інтегрованими в синтаксичну структуру твіту, виконуючи ще й певну синтаксичну роль. Така еволюція використання хештегів багато важить для дослідження маніпулятивного потенціалу оцінних хештегів, адже використання користувачами мережі подібних хештегів в якості членів речення замість нейтральної власної назви вказує на усталеність у свідомості таких хештегів-номінацій як емоційно забарвлених квазисинонімів до імен політиків / назв партій.

Для дослідження можливих синтаксичних варіантів використання оцінних хештегів у твіті проаналізуємо твіти Твіттер-каналу інформації, доступного за хештегом *#NKMENT*, ще раз зазначивши, що запропонований хештег було утворено завдяки поєднанню аббревіації та слово накладання, і він, фактично, є простим реченням. Отже, серед доступних повідомлень за пошуком *#NKMENT* у Твіттері зустрічаємо такі типи відношень між хештегом та самим твітом:

– хештег *не інтегрований у синтаксичну структуру* повідомлення, знаходиться наприкінці твіту та позначає фактично його загальну тему, підсумовує його зміст: «*Ça vous l'avez caché en vous présentant au suffrage des parisiens! #mensongeparomission #nkment*»;

– хештег *не інтегрований у синтаксичну структуру* повідомлення, знаходиться на початку твіту та позначає фактично його загальну тему, виступаючи заголовком *теми*: «*#ParisLeDebat #NKMENT @nk_m pris en flagrant délit de fausseté! [+посилання] @LeHuffPost #Paris2014 #mensonges #pascredible*»;

– хештег *інтегрований у синтаксичну структуру* як:

а) підмет: «*#NKMENT nous refait le coup de ses contorsions abracadabrantesques! #detox*»; зауважимо, що у цьому разі хештег є поєднанням іменника і дієслова в одне складне слово-етикетку-номінацію (для позначення Наталі Косіушко-Морізе), яке у реченні виступає підметом. Таким чином, хештег одночасно є і pejorativним найменуванням кандидати, і маркером загальної теми Твіттер-повідомлення;

б) додаток: «*en effet [...] on ne la surnomme pas #NKMENT pour rien :)))*»

в) підмет та присудок одночасно: «*#NKMENT effrontément*»: головні частини речення злиті в один хештег; сам твіт видається дуже влучним через свою стислість та присутню у ньому ритму; «*#NKMENT et reste une donneuse de leçon insupportable. Elle a échoué sur tout et est donc mal placée pour présenter le moindre espoir*»: хештег розташований на початку твіту та інтегрований у його синтаксичну структуру, виступаючи як поєднання підмета та одного з однорідних присудків речення-твіту;

– хештег *інтегрований у синтаксичну структуру та граматично адаптований до неї* завдяки елементам, які не входять безпосередньо до самого хештегу: «*@JBMarchioni @nk_m donc si je ne me trompe pas #nkment-ait et donc c'est une #nkment-euse*». Як бачимо, хештег двічі присутній у твіті та інтегрований у його синтаксичну структуру, причому у першому використанні до нього через дефіс додано закінчення «*-ait*» на позначення минулого часу присудку у складі хештега, у другому ж випадку – суфікс «*-euse*», що позначає жіночий рід і

утворює іменник «menteuse» (фр. «брехуха»); варто зазначити, що у другому випадку вжитий суфікс модифікує навіть частину мови одного зі слів у хештезі. В обох випадках автор додає закінчення та суфікс за допомогою дефісу з метою збереження власне гіпертекстуальної функції хештегу #nkment як посилання. Звичайно, можна було б створити новий хештег, наприклад, «#nkmenteuse», проте автор навмисно користується вже досить популярним #nkment, щоб забезпечити появу свого повідомлення серед сотень інших у вже сформованому Твіттер-каналі під цим хештегом-заголовком; «il est du 1er avril. j'en profite pr vous dire que #nkment -ira ce soir [...] (19h20 BFM) «: закінчення «-ira» додано через дефіс та вжито для позначення майбутнього часу дієслова у складі хештегу.

Вищезазначені приклади демонструють, що дуже важливим для створення популярних та влучних хештегів є творчий підхід, гра зі словами, пошук виразних та неординарних слово-/ складо-/ букво- сполучень, тобто хештеготворення можна вважати діяльністю, що стимулює мовну креативність та кмітливості Твіттер-спільноти.

Висновки. Французький політичний соціо-медійний дискурс Твіттера характеризується функціонуванням оцінних хештегів, побудованих засобами словонакладання та гри зі словами, в тому числі каламбуру та телескопії, на основі прізвищ / імен / абrevіатур імен та прізвищ політиків / абrevіатур назв політичних партій. Специфіка таких хештегів зумовлена тим, що вони виступають одночасно референтними маркуваннями конкретної особи / групи / явища та містять їх прагматичну емоційну оцінку, а їх творення можна вважати прикладом сучасної емоційно забарвленої номінації, що виступає потужним маніпулятивним інструментом. Найчисленнішими постають хештеги, утворені засобом морфологічної конкатенації на основі абrevіатур власних назв, до яких можуть додаватися абсолютно різноманітні мовні одиниці, серед яких: іменники (як французькі, так і англійські), прикметники, дієслова, абrevіатури, словосполучення та еліптичні речення. Використання подібних оцінних хештегів у твітах не тільки як відокремлених маркерів тем, а й як членів речення (підметів / присудків / підметів та присудків / додатків) вказує на їх швидку інтеграцію до лексичного запасу користувачів інтернет-спільноти та здатність проникати у суспільну свідомість. Побудова оцінних хештегів на основі словотворчої гри з власними назвами, яка привертає увагу користувачів та забезпечує їх влучність та прагматичний ефект, у сукупності з гіпертекстуальною природою цих техномовних феноменів та функцією формування ними каналів дискусій перетворюють оцінні хештеги з власними іменами на потужний інструмент здійснення маніпуляційного впливу.

Перспективи подальших досліджень полягають у порівнянні хештеговисвітлення у Твіттері різних подій суспільної значущості / публічних осіб та їх дій, компаративному аналізі особливостей хештеготворення у різних мовах, дослідженні явища перекладу хештегів та побудови хештегів на основі поєднання слів / частин слів з різних мов. Особливо цікавим постає також детальний аналіз хештегів, які використовують та популяризують самі політики на власних Твіттер-сторінках із метою про-

сування своєї кандидатури, та дослідження ролі таких хештегів у конструюванні політиками своїх соціальних та дискурсивних ідентичностей у Твіттері. Окремим вектором дослідження можуть постати хештеги рекламного, педагогічного, соціального Твіттер-дискурсів, а також «міграція» хештегів у друковані ЗМІ та зовнішню рекламу.

Література:

1. Doma A. Discours de propagande et techniques de manipulation // Argumentum Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric. – 2012. – Vol. 10, issue 1. – P. 41–55.
2. Page R. The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags // Discourse & Communication. – 2012. – № 6(2). – P. 181–201.
3. Paveau M.-A. Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique // Liénard, F. Culture, identity and digital writing, Epistémè 9, Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées. – Séoul : Université Korea, Center for Applied Cultural Studies, 2013. – P. 139–176.
4. Zappavigna M. Searchable talk: The linguistic functions of hashtags in tweets about Schapelle Corby – Global Media Journal Australian Edition Volume 10 Issue 1 – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=1762>.
5. Галямина Ю. Е. Лингвистический анализ хештегов Твиттера // Современный русский язык в интернете / ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. – Москва : Языки славянской культуры, 2014. – С. 13–23.
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. – М.: Флинта; Наука, 2009. – 223 с.
7. Тесленко О. А. Современная естественная письменная речь: неполный стиль написания, или аллегровое письмо // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). – М.: Буки-Веди, 2014. – С. 108–114.

Давидюк Н. А. Игра в слова и со словами: политические оценочные хэштеги во французском Твиттер-дискурсе (на примере хештего освещения избирательной кампании во Франции в 2014 году)

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей создания оценочных хэштегов с собственными именами в агитационном и контр-агитационном политическом Твиттер-дискурсе, анализу манипуляционного потенциала таких хэштегов, а также их роли по отношению к твитам, в которых они фигурируют.

Ключевые слова: хэштег, политический Твиттер-дискурс, номинация, игра слов, манипуляция, прагматика.

Davydiuk N. Play on words and with words: political evaluative hashtags in French Twitter-discourse (based on hashtag coverage of French election campaign in 2014)

Summary. The article explores peculiarities of French evaluative hashtags formed on the basis of proper names in propaganda and counter-propaganda political Twitter-discourse, as well as analyzes manipulative potential of such hashtags and their role in tweets.

Key words: hashtag, political Twitter-discourse, nomination, word play, manipulation, pragmatics.

*Дайнека Н. М.,
аспірант кафедри англійської філології
та перекладу імені Д. І. Квеселевича
Навчально-наукового інституту іноземної філології
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

ОСОБЛИВОСТІ КІБЕРБУЛІНГУ ЯК ФРАГМЕНТУ АНГЛОМОВНОГО КОНФЛІКТНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

Анотація. У статті розглянуто елементи трансформації традиційного феномену «булінг» у «кібербулінг»; виокремлені ознаки кібербулінгу як фрагменту конфліктного інтернет-дискурсу, що базуються на відповідних каналах зв'язку, просторово-часових координатах, жанрових характеристиках, засобах вербальної реалізації тощо.

Ключові слова: булінг, кібербулінг, кіберпростір, конфліктний дискурс, інтернет-дискурс.

Постановка проблеми. Нині багато видів традиційного спілкування були витіснені жанрами інтернет-дискурсу і перейшли в формат інтернету (газети, телефонне спілкування, листування, обговорення і, власне, булінг). Трансформація традиційного феномену «булінг» у «кібербулінг» відбувається під впливом еволюції інформаційних технологій, які спричинили появу нового комунікативного середовища зі значно ширшими можливостями здійснення агресивного мовленнєвого впливу, одним з яких є інтернет-простір та інтернет-дискурс, що існує в його межах. Під впливом глобалізаційних процесів можливості інтернет-дискурсу значно розширилися, чимало традиційних видів мовленнєвої діяльності мігрували й еволюціонували в інтернет-комунікації. Легкий доступ до Мережі та здатність до миттєвого поширення інформації уможливають потужний вплив на окремого і масового адресата.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна частина зарубіжних і вітчизняних учених розглядають проблему формування конфліктного дискурсу (Н.А. Білоус, В.С. Третьякова, М.Ю. Сейранян та ін.), який визначається протистоянням двох сторін-учасників конфлікту, внаслідок якого кожен з учасників свідомо й активно діє з метою нанесення шкоди опоненту й актуалізує власні дії у вигляді вербальних та невербальних засобів. Актуалізація конфліктних стосунків в інтернет-дискурсі є відображенням комунікативних конфліктних станів суб'єктів дискурсу, проявом їх інтересів, позицій, поглядів, цінностей, настанов, цілей тощо.

Мета нашого дослідження полягає у виокремленні ознак кібербулінгу як фрагменту конфліктного інтернет-дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Інтернет-дискурс тлумачать як процес і результат віртуальної мисленнєво-комунікативної діяльності (віртуальний дискурс) у Всесвітній мережі (мережевий дискурс) за допомогою різноманітних електронних засобів (комп'ютерний та електронний дискурси), що має вербальне та невербальне вираження. На користь виокремлення інтернет-дискурсу в окремий тип свідчать його складові, що визначають будь-який вид дискурсу, а саме: канал зв'язку, комунікативна мета, характеристики суб'єктів дискурсу, просторово-часові координати (хронотоп), жанрові характеристики та засоби вербальної актуалізації [1].

Однією з важливих характеристик суб'єктів інтернет-дискурсу є анонімність, їх фізична неприсутність під час реалізації мовленнєвого впливу. Це, у свою чергу, має величезний потенціал для розвитку і поширення кібербулінгу. Просторово-часові координати інтернет-дискурсу характеризуються двома локально-часовими позиціями – реальною й віртуальною. Завдяки новітнім технологіям, що забезпечують швидкий та всеосяжний канал зв'язку, фізичне розташування користувача є неважливим. До того ж, кіберпереслідування може актуалізуватися в реальному часі (аналог традиційної усної комунікації) чи у вигляді розтягнутого у часі спілкування (форуми, обговорення, коментарі, блоги тощо). Саме цей потенціал віртуальної комунікації надає потужні можливості для породження мовленнєвого впливу з позицій кібербулінгу і забезпечує значний перлокутивний ефект через відносну перманентність комунікативного фрагменту, оскільки інформація не зникає у часі та доступна для перегляду на відміну від традиційних видів спілкування, традиційного булінгу зокрема.

Кібербулінг визначають як «агресивний, неодноразовий і навмисний вчинок, що здійснюється групою осіб чи окремою особою за допомогою використання електронних форм зв'язку проти жертви, яка не може захистити себе, протягом певного проміжку часу» [10, с. 379].

Сучасний інтернет-дискурс широко представлений внаслідок формування нових жанрів у середовищі мережі, з одного боку, чи через транспозицію традиційних жанрів з їх подальшою трансформацією та адаптацією до потреб середовища і комунікантів. Виникнення нового типу дискурсу неминуче призводить до утворення нового виду мовної взаємодії. По-перше, комунікація в мережі Інтернет визначається полікодовістю, тобто наявністю і використанням кількох знакових систем, насамперед, невербальними графічними засобами, візуальними та слуховими образами. Традиційні для усної комунікації інтонація, міміка і жестикуляція знайшли своє відбиття у графічних засобах та їх комбінаціях у супроводі з візуальними та слуховими образами. По-друге, зазнали трансформації вербальні засоби, змінилися способи їх актуалізації у спілкуванні. Саме тому можна говорити про певну варіативність мовної норми.

Інтернет-дискурс постійно змінюється, з'являється нова, усно-письмова форма комунікативної взаємодії, змінюються графічні параметри письма, утворюються нові стандарти жанрово-стильової будови мовлення і комунікативної поведінки. Відхилення від традиційних морфологічних, лексичних, синтаксичних, стильових тощо параметрів оформлення тексту не є показником неосвіченості користувачів, а свідчить про комунікативні потреби суб'єктів дискурсу в інтернеті щодо збереження ознак усного спілкування у вигляді дуалістичного прагнення

до реалізації закону мовної економії та актуалізації експресивності усної комунікації. З іншого боку, реалізація кібербулінгу в інтернет-дискурсі вимагає визначення площин їх перетину у контексті конфліктної ситуації, оскільки булінг та його наслідки є проявом реалізації конфлікту.

Конфліктний дискурс є протистоянням двох сторін, учасників конфлікту, внаслідок якого кожен із них свідомо й активно діє з метою нанесення шкоди опоненту та актуалізує власні дії у вигляді вербальних чи невербальних засобів. Актуалізація конфліктних відношень в інтернет-дискурсі є відображенням комунікативних конфліктних станів суб'єктів дискурсу, проявом їх інтересів, позицій, поглядів, цінностей, настанов, цілей тощо [7, с. 26].

Характерною рисою учасників конфліктного дискурсу є наявність експліцитної чи імпліцитної неусвідомленої агресивності. Основу конфліктогенної свідомості суб'єктів конфліктного дискурсу складають стереотипи, орієнтація, преференції, що тісно пов'язані з ворожнечою. Відповідно, мовленнєво-поведінкові акти учасників конфліктного дискурсу є діями агресивного характеру. Суб'єкти дискурсу перебувають у стані протистояння, а вербальні засоби маніфестації ворожості є семантичною основою для функціонування конфліктного дискурсу [3, с. 154–155].

Когнітивна структура процесу кібербулінгу реалізується в концептуальній метафорі «БУЛІНГ — ЦЕ ПОЛЮВАННЯ». Тому виділяють такі ролі суб'єктів конфліктного дискурсу кібербулінгу, як «жертва» і «нападник (-и)». Жертву цькують, на неї нападають, і, вона, відповідно, змушена підкоритися або захищатися, виявляючи у відповідь реактивну агресію. Іноді між учасниками-нападниками та комунікантами, що підтримують жертву кібербулінгу, виникають нові конфліктні ситуації, але вони усі базуються на загальній темі. За результатами досліджень конфліктних ситуацій із позицій різних наук та наукових парадигм, конфлікт є діяльнісним явищем, що поєднує когнітивні й комунікативні процеси, і актуалізується в дискурсі у вигляді соціальної та міжособистісної протидії чи протистояння. В основі конфлікту лежить порушення категорії гармонії, а це дозволяє визначити конфлікт як поведінкову модель, внаслідок якої порушується гармонія взаємодії відносин суб'єктів дискурсу [4, с. 516].

Прагматичні властивості вербальних одиниць активують їх функціональну специфіку, яка, у свою чергу, визначає соціокультурний, комунікативний, когнітивний та лінгвокультурологічний компонент змісту конфліктного дискурсу, а також інтенції та рецептивні можливості його суб'єктів. Конфліктна мовленнєва поведінка обумовлена варіативністю різноманітних форм, вербальним проявом актуалізації ролей, специфічною низкою регламентацій, що характеризують неузгодженість (дисгармонізацію) міжособистісних стосунків під час мовленнєвої діяльності у конфліктному спілкуванні [7, с. 30–32].

Базовим для конфліктного дискурсу визнається концепт КОНФРОНТАЦІЯ [9], за яким закріплено знання, яке представлено у вигляді ворожості, що полягає у вищій позиції й позитивній оцінці себе, з одного боку, та нижчій позиції й негативній оцінці суб'єкта-опонента. До конфліктогенних чинників комунікації у кіберпросторі відносять фактор опосередкованості спілкування, під яким розуміють низку конститутивних ознак, а саме анонімність, безпека і, відповідно, безкарність суб'єктів-опонентів (внаслідок відсутності фізичного контакту), а також рівностатусність та неінституціональність спілкування. Перераховані

ознаки певною мірою сприяють усуненню цілої низки психологічних та соціокультурних обмежень, які, зазвичай, лімітують поведінку у традиційних видах спілкування.

Відповідно, завдяки анонімності, прагненню до ознак усного спілкування та інших зазначених вище характеристик інтернет-дискурс має значно потужніший потенціал задля реалізації булінгу і перетворює його у формат кібербулінгу. Саме тому інтернет-середовище надало поштовх для розвитку та еволюції традиційного булінгу. За основними ознаками інтернет булінг нагадує традиційний булінг, однак через широкий доступ, швидкість розповсюдження та масштаби наслідки першого можуть бути руйнівними та неконтрольованими. Так, наприклад, шкільний булінг мігрує до інтернету: «Якщо батьки колись хвилювалися, коли діти відходили далеко від дому, то сьогодні вони занепокоєні все глибшим зануренням дітей в інтернет середовище» [11, с. 52].

Анонімність та її роль у розподілі сил між суб'єктами кібербулінгу також має амбівалентний характер. У випадку відкритості (відсутності анонімності) агресора або групи агресорів діє механізм дисбалансу сил традиційного булінгу, оскільки жертва кібербулінгу може відчувати страх перед фізичною розпорою з боку нападника у реальному житті. Однак у той самий час відкритість агресора може послаблювати його позиції і навіть обмежувати вибір тактик і засобів через страх перед можливою відповідальністю за агресивні дії [10, с. 378–380]. З іншого боку, анонімність нападника створює широкі, майже безмежні, можливості вибору максимально агресивних тактик і засобів, що, у свою чергу, заохочують агресора і значно підсилюють його позиції.

Загалом, конфліктний інтернет-дискурс можна визначити як процес регулятивної взаємодії суб'єктів у кіберпросторі, що характеризується опозицією цілей та настанов, яка актуалізується у вигляді експліцитних та/або імпліцитних інвектив за допомогою широкого діапазону одиниць різних семіотичних систем. Внаслідок такого роду комунікативної інтеракції суб'єкти кібербулінгу переживають негативні емоції, які можуть сприяти нарощенню агресивності (як правило, нападників) та появи глибокої фрустрації (у жертв).

До вербальних маркерів дискурсу кібербулінгу належать лексико-фразеологічні засоби з негативною оцінкою, нормативні і ненормативні інвективні та інтенсифікуючі мовні одиниці, що об'єктивують стан агресії, висока частотність вживання займенника *you* і наказового способу дієслова. У структурно-функціональному відношенні регулятивний взаємовплив у дискурсі кібербулінгу постає як конфліктна взаємодія опонентів, що актуалізується у вигляді покрокових вербальних реплік-висловлювань, які можуть містити знаки інших семіотичних систем (пиктограми, фото, відео та аудіо).

Висновки. Таким чином, до конститутивних ознак дискурсу кібербулінгу як фрагменту конфліктного дискурсу у кіберпросторі належать: 1) опосередкованість спеціальним технічним обладнанням та програмним забезпеченням; 2) інтенції агресивного переслідування; 3) конфліктний тип мовної особистості суб'єктів дискурсу; 4) рольова диференціація на «жертву» і «нападника»; 5) синхронний та асинхронний хронотоп; 6) актуалізація у жанрі інтернет-статті та/або коментарів у форматі соціальних мереж, форумів, чатів, блогів, електронних видань; 7) полікодовість (вербальні і невербальні засоби реалізації); 8) усно-письмова форма конфліктної взаємодії; 9) порушення та відхилення від норм; 10) високий рівень агресивності;

11) масовість, швидке розповсюдження та доступ до інформації; 12) анонімність. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у вивченні тактико-стратегічного аспекту реалізації кібербулінгу у сучасному англomовному інтернет дискурсі.

Література:

- Белова К. А. Конститутивні ознаки інтернет-дискурсу як особого дискурсивного типу / К.А. Белова // Філологічні науки. Язык, речь, речевая коммуникация // [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/23_NTP_2013/Philologia/7_143377.doc.htm.
- Белоус Н. А. Соціокультурний аспект аналізу речевого конфліктного поведіння / Н.А. Белоус // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 62. – С. 30–31.
- Белоус Н. А. Функціональні особливості конфліктного дискурсу / Н.А. Белоус // Знання. Розуміння. Уміння. – 2008. – № 4. – С. 153–155.
- Мечковская Н. Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета/ Н.Б. Мечковская. – М. : Флинта-Наука, 2009. – С. 515–518.
- Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. / Т. И. Рязанцева. – М. : Издательство ЛИКИ, 2010. – 256 с.
- Сейранян М. Ю. Конфликтный дискурс: социолингвистический и прагматический аспекты: Монография / М.Ю. Сейранян. – М.: Издательство «Прометей», 2012. – 96 с.
- Третьякова В. С. Конфликт как феномен языка и речи / В. С. Третьякова // Известия Уральского государственного университета. – 2003. – Вып. 14. – № 27. – С. 26–42.
- Усачева О. Ю. Конфликтный диалог в Интернете (на материалах политических форумов) / О.Ю. Усачева // [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dialog21.ru/Archive/2005/UsachevaO/UsachevaO.htm/>
- Фролова И. С. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: Монографія / І. С. Фролова. – Х. : КНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
- Smith, P. K. Cyberbullying: It's nature and impact in secondary school pupils / P.K. Smith, J. Mahdavi, M. Carvalho, S. Fisher, S. Russell, N. Tippet // Journal of Child Psychology and Psychiatry. – 2008. – № 49 (2). – P. 376–385.
- Varnhagen C. K. Children and the Internet. Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implications / C. K. Varnhagen // Psychology and the Internet [ed. By Jayne Gackenbach], Academic Press, 2011. – P. 37–54.

Дайнека Н. М. Особливості кібербулінгу як фрагмента англomовного конфліктного інтернет-дискурсу

Анотація. В статті розглянуті елементи трансформації традиційного феномена булінгу в кібербулінг, виділені ознаки кібербулінгу як фрагмента конфліктного інтернет-дискурсу, які базуються на відповідних каналах зв'язу, просторово-часових координатах, жанрових характеристиках, способах вербальної реалізації.

Ключові слова: булінг, кібербулінг, кіберпространство, конфліктний дискурс, інтернет-дискурс.

Dayneka N. The Peculiarities of Cyberbullying as a Fragment of the English-language Conflict Internet Discourse

Summary. The article considers the way the traditional phenomenon of bullying is transformed into cyberbullying. The features of cyberbullying as a fragment of conflict Internet discourse studied. The peculiarities of cyberbullying are based on the corresponding communication channels, temporal and special coordinates, genre characteristics and ways of verbal realization.

Key words: bullying, cyberbullying, cyber space, conflict discourse, Internet discourse.

Захарчук І. О.,

викладач коледжу

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ТЕКСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАРКЕРІВ ЗАПЕРЕЧЕННЯ

Анотація. Статтю присвячено розкриттю текстових характеристик маркерів заперечення у текстах VII – XVII ст. Для здійснення комплексного аналізу засобів вираження заперечення в історії англійської мови виокремлено жанрову класифікацію текстів.

Ключові слова: заперечення, функції, заперечна частка, заперечне речення, текст.

Постановка проблеми. Заперечення – абсолютна універсальна, яка досліджується на всіх рівнях мовної структури. Категорія заперечення становить загальнонауковий та лінгвістичний інтерес, адже вона – обов'язкова складова характеристики світу. В англійській мові заперечення репрезентується різноманітними маркерами, які не визначаються в окремо виражених мовних парадигмах, а потребують інтегрального опису мовних засобів у системі мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми заперечення присвячено багато робіт як зарубіжних (О. Єсперсен, 1917/18; Е. Клайма, 1964; Р. Якендоф, 1969, 1971; Б. Парті, 1970; Дж. Сміт, 1975; Р. Хорн, 1978, 1989; О. Даль, 1979; П. Карель, 1996; Л. Хорн, 2000; Й. Іуері, 2005; М. Драєр, 2005; М. Мієстамо, 2005, 2009; Т. Невалайєн, 2006; Б. Вагнер-Нарі, 2011), так і вітчизняних лінгвістів (О. Падучева, 1969-2012; Й. Бродський, 1974; О. Бахарєв, 1980, 2000; В. Панфілов, 1982; В. Бондаренко, 1983, 1996; О. Дирул, 1989; Л. Сизранцева, 1995; Л. Нікіфорова, 2000; І. Кобозєва, 2003; М. Соколов, 2009; П. Чернова, 2009; А. Файрузова, 2015) [1; 4]. Дослідження категорії заперечення на матеріалі англійської мови має важливе значення: по-перше, для лінгвістично-філософського розуміння самої категорії, аналізу її дефініцій та функціонування на різних рівнях мови, по-друге, для виявлення основних засобів вираження заперечення та аналізу їх функціонування у текстах трьох періодів розвитку англійської мови.

Мета розвідки – розкриття текстових характеристик маркерів заперечення у текстах VII – XVII ст.

Розвиток англійської мови, загалом, можна поділити на три періоди: давньоанглійський (500–1100 pp.), середньоанглійський (1100–1500 pp.), новоанглійський (ранньоніованглійський період (1500–1800 pp.) та період сучасної англійської мови (з 1800 року і дотепер)). Відповідно до класифікації Г. Світа, виділяють давньоанглійський – період повних закінчень, наприклад, *synu*, середньоанглійський – період зведених закінчень, наприклад, *supu*, новоанглійський – період втрачених закінчень, наприклад, *son* [6, с. 211].

За періодами та жанрами тексти англійської мови можна поділити на 4 періоди: раннє середньовіччя, або англо-саксонський період (450–1066 pp.), середні віки (1066–1500 pp.), епоха Відродження, або Ренесансу (1550–1660 pp.), неокласицизм (1660–1785 pp.).

Відповідно до жанрової класифікації текстів кожного періоду, необхідно дослідити функції заперечення в трьох площинах: текстах давньоанглійського періоду ("Beowulf"), тек-

стах середньоанглійського періоду ("The Canterbury Tales" Джефрі Чосера; "Ormulum"), текстах ранньоніованглійського періоду ("King Richard II" Вільяма Шекспіра; "The Paradise Lost", "The Paradise Regained" Джона Мільтона).

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним способом передачі заперечення в давньоанглійській мові була заперечна частка *ne*, яка вживалася перед дієсловом, займенником або прислівником. У препозиції до дієслова *beon* (*wesan*) – *бути*, *habban* – *мати*, *willan* – *хотіти*, *witan* – *знати* вона легко приєднувалася до них:

1) *ne + is > nis* (для вираження уточнення): *OE eorla ofer eorþan ðonne is éower sum, secg on searwum-nis þæt seldguma* ("Beowulf", 248–249).

NE noble on earth than the one that you are, warrior in armour; this is no a mere retainer.

2) *ne + wæs > næs* (для заперечення дії): *OE Næs hie ðære fylle gefean hæfdon, manfordædlan, þæt hie me þegon* ("Beowulf", 562–563).

NE they the feast did not have rejoicing, those perpetrators of crime, that they partook of me.

3) *ne + wæron > næron* (для вираження уточнення): *OE þæt næron ealdgewyrht, þæt he ana scyle Geata duguðe gnorn þrowian* ("Beowulf", 2657–2658).

NE that his deeds of old are not such, that he alone should of the Geats' retinue sorrow suffer.

4) *ne + wolde > nolde* (для заперечення дії): *OE ealle buton anum. þæt wæs yldum cup þæt hie ne moste, þa metod nolde* ("Beowulf", 705–706).

NE all but one -- it was known to men that they could not, when the Maker did not wish it.

Таким же чином *ne* виступала енклітикою до прислівників та займенників:

5) *ne + ān > nān* (для заперечення особи): *OE guðbilla nan, gretan nolde, ac he sigewæpnum forsworen hæfde* ("Beowulf", 803–804).

NE of war-bills, none, could not at all greet him but he victory - weapons had forsworn.

6) *ne + æfre > næfre* (для заперечення дії): *OE efnan wolde. Næfre on ore læg widcufes wig, ðonne walu feollon* ("Beowulf", 1041–1042).

NE wished to engage; in the vanguard it never failed his warskill well-known, when the slain were falling.

7) *ne + ā > nā* (для заперечення дії): *OE mægen Hreðmanna. Na þu minne þearft hafalan hydan, ac he me habban wile* ("Beowulf", 445–446).

NE the force of glorious warriors. You will have no need for my head to shroud, but rather he will have me [2, с. 38–40].

У заперечних реченнях давньоанглійської мови *ne* сполучується з особовим дієсловом або приєднується до основ дієслів. У реченні заперечна частка вживається здебільшого для заперечення присудка, а також для емпізи використову-

ються полінегативні речення з двома або більше негаторами [3, с. 59–82].

На початку середньоанглійського періоду частка *ne* майже не вживається самостійно, з XIV ст. у ролі частки для заперечення дії починає виступати *not*: «*Not lat another telle as I have toold Thanne spak oure Hoost, with rude speche and boold*» («*Canterbury Tales*»).

До середини XVI ст. заперечна частка *ne* та подвійне заперечення при дієслові *ne ... not* повністю зникають. Частка *not* може приєднуватися до особової форми дієслова в препозиції, а також у постпозиції.

Пор.: «*But for tassaye in thee thy wommanheede, And not to sleen my children, God forbeede*» («*Canterbury Tales*»).

«*As taketh not agrief of that I seye, For myn entente nis but for to pleye*» («*Canterbury Tales*»).

На початку середньоанглійського періоду полінегативне оформлення речень стає практично єдиним способом побудови заперечних речень. Воно переважає і в поетичних, і в прозаїчних пам'ятках:

«*Napoplexie shente nat hir heed. No wyn ne drank she, neither whit ne reed*» («*Canterbury Tales*»).

«*To han housbondes hardy, wise, and free, And secree, and no nuygard, ne no fool*» («*Canterbury Tales*»).

У середньоанглійській мові (з XI до XV ст.) значно розширюється група заперечних займенників та прислівників, які виступають у ролі заперечного узагальнюючого члена речення. У текстах середньоанглійського періоду зареєстровані такі способи передачі заперечного узагальнюючого члена: *non (no) næniz, nothing, no wight, no man, no oon, non other, no(n) such, no such on, nobody, neuer, no more, no better, no lenger, by (in) no manere, by (in) no weye*.

Полінегативні речення утворювалися шляхом сполучення дієслівного заперечення із заперечним прислівником або займенником, а також у результаті вживання двох або трьох заперечних прислівників чи займенників без заперечення при дієслові: «*She wolde do no synne, by no were; And for despit he compassed in his thought*» («*Canterbury Tales*»).

Цей тип побудови переважає в середньоанглійській мові в тих реченнях, де виступають щонайменше два заперечних узагальнюючих члени: два заперечних займенники / прислівники або заперечний прислівник і заперечний займенник. Проте навіть у період найбільш інтенсивного вживання полінегативних заперечних речень один із типів мононегативної побудови – речення з одним заперечним узагальнюючим членом – зберігається, хоча і зустрічається в одиничних випадках: «*Ne sahhtlenn hemm wiþþ heffness king Patt haffde hemm all forrworrrpenn*» (Ormulum).

Для новоанглійської мови характерні два види заперечення у реченні – загальне та часткове. У загальному запереченні сферою його дії виступає все речення. Наприклад: «*He could not lose himself, but went about His Father's business. What he meant I mused*» («*Paradise Regained*», 97–98). Семантична функція цієї структури – заперечення певної здатності людини. Загальне заперечення виражає розподіл понять між підметом і присудком, інакше кажучи, воно вказує на поняття стосовно підмета в заперечній формі. В цьому разі присудок завжди виражений у заперечній формі (окрім речень англійської мови, в яких вживаються заперечні займенники, прислівники, а також заперечні сполучники).

При частковому запереченні заперечується лише один із семантичних компонентів речення. Заперечення у новоанглійській мові може належати до різних членів речення:

1) Часткове заперечення підмета: «*O, had it been a stranger, not my child, to smooth his fault I should have been more mild*» («*King Richard II*»). Семантична функція структури – вираження уточнення.

2) Часткове заперечення додатка. Воно виражає відсутність зв'язку між присудком та додатком. Його вживання можна спостерігати у таких прикладах: «*This said, he paused not, but with venturous arm he plucked, he tasted; me damp horror chilled*» («*Paradise Lost*», 131). Семантична функція цієї структури – заперечення дії.

«*Landlord of England art thou now, not king: Thy state of law is bonds slave to the law; And thou*» («*King Richard II*»). Семантична функція структури – вираження уточнення.

Часткове заперечення додатка також може бути виражене інфінітивом або герундієм. У такому разі присудок речення вживається у стверджувальній формі, а заперечна частка *not* знаходиться у препозиції до інфінітива чи герундія, які виступають у ролі додатка: «*Such grace shall one just man find in his sight, That he relents, not to blot out mankind*» («*Paradise Lost*», 350–351). Семантичною функцією структури є заперечення дії.

3) Часткове заперечення обставини. Таке заперечення в новоанглійській мові може виражатися в різних групах обставин.

а) Часткове заперечення обставини часу: «*But thou, Infernal Serpent! Shalt not long rule in the clouds. Like an autumnal star*» («*Paradise Regained*», part 4, 617–618]. Семантична функція цієї структури – заперечення проміжку часу.

б) Часткове заперечення обставини місця: «*Of men innumerable, there to dwell, Not here; till, by degrees of merit raised*» («*Paradise Lost*», 198). Семантична функція структури – заперечення місця.

в) Часткове заперечення обставини способу дії: «*But not in silence holy kept: the harp had work and rested not; the solemn pipe*» («*Paradise Lost*», 213). Семантична функція структури – заперечення способу дії.

г) Часткове заперечення обставини мети: «*Our being ordained to govern, not to serve*» («*Paradise Lost*», 156). Семантична функція структури – заперечення мети [5, с. 111–115].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Текстостворювальна функція заперечення давньоанглійського періоду слугує для вираження заперечення дії, фізичної здатності людини та уточнення. Текстостворювальна функція заперечення середньоанглійського періоду реалізується шляхом вживання у структурі текстів заперечних засобів для вираження заперечення певної емоційної характеристики або її відсутності у людини, надання реченню відтінку нестачі, вираження семантичного компоненту “bad”, “incorrect”, “mistaken”. Заперечні засоби виконують у реченні, відповідно, синтаксичну функцію предикатива, об'єкта, обставини часу та місця. Текстостворювальна функція заперечення ранньонovoанглійського періоду слугує для вираження уточнення, заперечення дії, способу дії, проміжку часу, місця, мети.

Перспективами подальшого дослідження є аналіз функціонально-семантичного потенціалу заперечення в давньоанглійській, середньоанглійській, новоанглійській та сучасній англійській мовах (на прикладі двох типів дискурсу – художнього і професійного).

Література:

1. Громоздова Л. Модальность утверждения и отрицания в английском и русском языках : Лингвопрагматический аспект : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Л. Громоздова. – Краснодар, 2000. – 227 с.
2. Захарчук І. Дієслова із заперечною проклітикою у давньоанглійських текстах / І. Захарчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки / редкол. : Г. Аркушин [та ін.]. – Луцьк : Видавництво ВНУ ім. Лесі Українки, 2011. – Вип. 3. – Т. 2. – С. 37–41. – (Філологічні науки).
3. Iyeiri Y. Aspects of English Negation / Y. Iyeiri. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2005. – 239 p.
4. Miestamo M. Standard Negation. The Negation of Declarative Verbal Main Clauses in a Typological Perspective / M. Miestamo. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2005. – 484 p.
5. Nevalainen T. An Introduction to Early Modern English / T. Nevalainen. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 2006. – 171 p.
6. Sweet H. A Short Historical English Grammar / H. Sweet. – Oxford : At the Clarendon Press, 1892. – 289 p.

Захарчук І. А. Текстовые характеристики маркеров отрицания

Аннотация. Статья посвящена раскрытию текстовых характеристик маркеров отрицания в текстах VII–XVII вв. Для осуществления комплексного анализа средств выражения отрицания в истории английского языка предложена жанровая классификация текстов.

Ключевые слова: отрицание, функции, отрицательная частица, отрицательное предложения, текст.

Zakharchuk I. Text characteristics of negation markers

Summary. The article is devoted to the text characteristics of negation markers functioning in the texts of VII–XVII centuries. The genre classification of texts is undertaken to introduce a comprehensive analysis of the means of negation expression in the history of the English language.

Key words: negation, functions, negative particle, negative sentence, text.

Кайсіна Д. М.,

викладач кафедри теорії та практики перекладу англійської мови
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

ПОВТОР ЯК ЗАСІБ СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ІДЕАЦІЙНИХ ПРОМОВ)

Анотація. У статті досліджується комунікативний потенціал повтору як засобу сугестивного мовленнєвого впливу в англійській ідеаційній промові. Здійснюється класифікація видів повтору, встановлюється вектор комунікативного впливу повтору (автоматизація :: деавтоматизація сприйняття).

Ключові слова: ідеаційна промова, мовленнєвий вплив, повтор, сугестія.

Постановка проблеми. Ідеаційна промова є структурованим і обмеженим часовими рамками мовленням, яке відбувається перед аудиторією (реципієнтами), безпосередньо або опосередковано включеною у ситуацію комунікації (тобто такою, що знаходиться в одних і тих самих або різних часово-просторових координатах із мовцем). Стратегічною комунікативною метою ідеатора є втілення у соціальну практику певної ідеї шляхом спричинення мовленнєвого впливу на реципієнтів.

Вивчення ідеаційних промов спрямоване на розв'язання пріоритетної наукової проблеми встановлення й опису лінгвокогнітивних операцій, що лежать в основі комунікативної діяльності людини. Результати такого дослідження мають міждисциплінарне прикладне значення, об'єднуючи представників усіх гуманітарних наук навколо проблеми впливу на свідомість і підсвідомість людини з метою розповсюдження певних соціальних практик. Це зумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом сугестія (лат. *suggestio* – навіювання) перебуває у фокусі уваги дослідників мови (О.В. Денісюк, В. Дреслер, Л.Л. Ляницька, Т.Б. Мудраченко, І.Ю. Черепанова, О.В. Шелестюк). Проте сугестію/навіювання не можна назвати новим об'єктом дослідження. Видатний російський психіатр М.В. Бехтерев звертався до цього феномена ще у кінці XIX – на початку XX ст., визначаючи його як «безпосереднє прищеплення психічній сфері певного індивіда ідеї, почуття, емоції та інших психофізичних станів у обхід його «я», тобто в обхід його особистості, здатної до усвідомлення та критики» [2, с. 24]. З позицій соціології сугестію вивчав радянський соціолог Б.Ф. Поршнев, розуміючи її як подання інформації, що сприймається адресатом без критичної оцінки, латентну дію на людину, що має вплив на нервово-психічні процеси, викликаючи відчуття, уявлення, емоційні стани та вольові спонукання без активної участі особистості, логічної переробки того, що сприймається [9].

Наголошуючи на *когнітивній* і *стратегічній* природі комунікативної діяльності [8], вважаємо, що сугестію слід тлумачити в термінах *інструментальної стратегії комунікативного впливу* поряд із *раціональною аргументацією*, *емотивним зараженням* та *спонуканням*. Критерії розмежування способів комунікативного впливу слід пов'язувати із різними сферами психіки людини, на які ці способи впливу орієнтовані – раці-

ональною, емоційною, вольовою сферами свідомості або сферою підсвідомості [5, с. 241; 6; 7, с. 68].

Сугестивний вплив орієнтований на сферу підсвідомого. Отже, сугестію розглядаємо як інструментальну стратегію комунікативного впливу на сферу підсвідомості людини, що виключає або послаблює волю, а з нею – і цілеспрямоване активне раціональне осмислення мовлення (співвіднесення його змісту з минулим та актуальним досвідом), а також його раціональну й емоційну оцінку.

Дослідниця І.Ю. Черепанова формулює поняття вербальної сугестії як ядро впливу, найкоротший та найдієвіший шлях до впливу на світ особистісних смислів, непідвладних свідомості людини, що передбачає використання сугестем. Сугестемами, на її погляд, є спеціальні мовні маркери, які коригують діяльнісні програми людини [13, с. 21]. Інші дослідники називають серед вербальних проявів сугестії вживання стилістичних прийомів (метафор, порівнянь, риторичних запитань, парафраз, гіпербол, евфемізмів, сталих виразів, емоційно забарвленої лексики) чи використання форм певних граматичних категорій (негативності, модальності), зокрема імперативних конструкцій [3, с. 9–13; 11, с. 187; 12].

Вважаючи сугестію здійсненням стратегічного комунікативного впливу на сферу підсвідомого, не можемо погодитися із подібними твердженнями, адже семасіологічні стилістичні прийоми, як правило, спричиняють вплив на емоційну сферу, а імператив орієнтований на сферу волевиявлення людини. Тому стверджуємо, що у мовленнєвому плані сугестія знаходить вияв лише на рівні синтаксичної структури, вона реалізується як синтаксичне аранжування (патернізація) мовлення. Емоційно навантажені мовні засоби або спонукальні конструкції можуть накладатися на сугестивну структуру, але сугестивною є саме структура, а не ці засоби.

Мета статті полягає в описі комунікативного потенціалу повтору як засобу сугестивного впливу.

Завданнями статті є 1) класифікація видів повтору; 2) опис видів повтору у лінгвокогнітивному ракурсі; 3) встановлення вектору комунікативного впливу повтору (автоматизація :: деавтоматизація сприйняття).

Об'єктом статті є типи повторів у структурі ідеаційних промов, а предметом – їх сугестивний потенціал.

Матеріалом статті є 10 відеозаписів промов учасників конференцій TED. Конференція TED є щорічним заходом некомерційного позапартійного світового проекту Technology, Entertainment and Design (TED), який бере початок у 1984 році у місті Монтерей, штат Каліфорнія. Маючи за гасло лозунг «Ідеї варті розповсюдження», TED розшукує найцікавіших людей, які можуть генерувати ідеї та передавати їх зацікавленій аудиторії [18].

Методологічно дослідження спирається на когнітивний підхід до розуміння мови, який передбачає, що мовлення є діяль-

ність є одним із видів когнітивної діяльності людини, а мовні явища можуть бути адекватно розтлумачені тільки у контексті інших когнітивних процесів, як загальних біологічних, таких як перцепція, сенсомоторика, орієнтація у просторі, здатність до логічного мислення, так і соціокогнітивних, таких як здатність спільно фокусувати увагу на об'єкті, розпізнавати інтенції, імітувати інтенціональні дії тощо (Р. Ленекер, Дж. Лакофф, М. Джонсон, М. Тернер, М. Томаселло, Ж. Фоконьє).

Виклад основного матеріалу дослідження. Переважна більшість дослідників (А.Д. Белова, М.В. Бехтерев, Л.Л. Ільницька, А.П. Мартинюк, Л.М. Храмушина, К. Вейлс) вважають повтор прототиповим засобом сугестії.

У межах стилістики повтором є фігура мовлення, яка полягає у повторенні звуків, слів, морфем, синонімів або синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто досить близько один від одного, щоб їх можна було помітити [1, с. 295].

Услід за М.О. Ільченко класифікацію повторів здійснюємо з урахуванням двох базових критеріїв: структурно-позиційного (тобто синтагматичної позиції елементів, повторюваних у структурі фрагмента мовлення) та структурно-семантичного. Перший критерій визначає композиційну природу повтору, тобто синтаксичні патерни, у яких він проявляється на рівні текстової категорії зв'язності, другий – одиниці різних мовних рівнів, що наповнюють ці патерни. Під час аналізу мовного матеріалу обидва критерії враховуються комплексно [4, с. 179–180].

Розбудовуючи цю класифікацію з урахуванням матеріалу дослідження, за структурно-семантичним критерієм розрізняємо: 1) **фонемний** повтор (повторюються фонемні); 2) **морфемний** повтор – *словотвірний* (лексико-граматичний) та *граматичний* (відповідно, повторюються лексико-граматичні морфеми (афікси), що належать до однієї і тієї самої словотвірної парадигми, або граматичні морфеми (флексії), що належать до однієї граматичної парадигми); 3) **словесний** повтор (повторюються слова, що належать до різних частин мови – як повнозначних (іменники, прикметники, дієслова, прислівники), так і та неповнозначних (сполучники, прийменники, частки), а також субститути повнозначних частин мови (займенники); 4) **синтаксичний** повтор (повторюються синтаксичні конструкції – як предикативні, так і непередикативні). Синтаксичний повтор, як правило, містить фонемний, морфемний і словесний повтор.

Критерій **структурно-семантичної однорідності** дає змогу розмежувати **реплікаційний** (повторюваний елемент не зазнає змін) та **варіаційний** повтор (елемент варіює у структурному та/або семантичному плані).

За **структурно-позиційним** критерієм виокремлюємо такі типи повтору, як 1) **консеквентний** (повторюються елементи (фонемні, морфемні) суміжних слів або цілі суміжні слова); 2) **анафоричний** (повторюються початкові елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 3) **епіфоричний** (повторюються кінцеві елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 4) **контактний** (повторюються кінцеві і початкові елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 5) **рамковий** (повторюються початкові та кінцеві елементи певного відрізка мовлення); 6) **хізм**, який поєднує контактний і рамковий повтори.

Як свідчать результати аналізу, в дискурсі ідеї **фонемний повтор** є переважно консеквентним і здебільшого застосовується скоріше для фокусування уваги аудиторії на ключових концептах ідеаційної промови, аніж для автоматизації сприйняття:

My parents raised me and my siblings in an armor of advice, an ocean of alarm bells so someone wouldn't steal the breath from our lungs, so that they wouldn't make a memory of this skin. So that we could be kids, not casket or concrete [15].

Ідеатор Клінт Сміт, описуючи смертельну небезпеку, на яку наражаються афроамериканці у Північній Америці через упереджене ставлення до кольору їхньої шкіри, використовує алітерацію ([k]) для активації концептів семантично контрастних доменів ДИТИНСТВО (ДІТИ/KIDS) та СМЕРТЬ (ТРУНА/CASKET, БЕТОН/CONCRETE).

Приклад, що ілюструє одночасне використання двох видів фонетичного повтору алітерації ([f], [n], [s]) та асонансу ([e]):

I decided to use their defense as my offense, and I began to cite and highlight Islamic scripture as well [14].

Ідеатор Алаа Мурабіт порушує проблему нерівного ставлення до чоловіків та жінок у мусульманському світі та, пропонуючи своє рішення цієї проблеми, використовує гру слів “defense-offense”, де вони активують контрастні концепти ОБОРОНА :: НАПАД (йдеться про те, що Алаа Мурабіт намагається надати постулатам мусульманської релігії, використовуваним задля пригнічення мусульманських жінок, нової інтерпретації, яка би виправдовувала активну суспільну позицію мусульманської жінки). Це семантичне протиставлення, підкріплене фонетичним повтором, робиться з метою активації свідомості аудиторії, загострення уваги на проблемі та шляхах її вирішення.

Морфемний (словотвірний) **повтор**, як і фонемний, є переважно консеквентним і застосовується як для автоматизації сприйняття, так і, навпаки, для концентрації уваги на певних ідеях.

Словотвірний повтор може включати і конверсію, коли слово переходить з однієї частини мови в іншу:

The very act of not working has made it possible for the hum to return, as if the hum's engine could only refuel while I was away. Work doesn't work without play [17].

У цьому фрагменті *work* функціонує і як іменник/підмет, на пропозиційному рівні співвідносний з агенсом, і як дієслово/присудок, співвідносне з предикатом. У риторичному аспекті цей консеквентний словотвірний повтор становить собою гру слів і використовується ідеатором Шондою Раймс для концентрації уваги аудиторії на ключовій ідеї промови. Фактично ця гра слів і є експліцитним формулюванням ключової ідеї «ДЛЯ ВДАЛОЇ РОБОТИ ТА НАСОЛОДИ ВІД НЕЇ ТРЕБА ВМІТИ ВІДВОЛКАТИСЯ ТА ЗНАХОДИТИ ЗАСОБИ ДЛЯ ВІДПОЧИНКУ».

Словесний повтор включає повтор не лише повнозначних частин мови, а й займенників або сполучників. Зокрема, повтор займенника першої особи множини, включаючи аудиторію у сферу адресатної референції й об'єднуючи аудиторію з мовцем-ідеатором у єдину групу, викликає у неї відчуття єднання з мовцем. Наприклад:

But we have to be at the table. We have to stop giving up our position, because by remaining silent, we allow for the continued persecution and abuse of women worldwide. By saying that we're going to fight for women's rights and fight extremism with bombs and warfare, we completely cripple local societies which need to address these issues so that they're sustainable [14].

У цьому прикладі ідеатор Клінт Сміт використовує повтор займенника другої особи в межах *анафоричного синтаксичного повтору* негативної предикативної конструкції з дієсловом *can* для акцентування множинності обмежень, яких зазнає кож-

ний афроамериканець через упереджене ставлення до кольору його шкіри, яке все ще існує у США:

Looked me in the eye, fear consuming his face, and said, "Son, I'm sorry, but you can't act the same as your white friends. You can't pretend to shoot guns. You can't run around in the dark. You can't hide behind anything other than your own teeth." [15]

Займенниковий повтор може бути побудований на протиставленні:

I wanted to put heart and soul and people, your public, around the statistics that we've become so used to. I want to introduce you to some of the people that I care about: your public, your children. I want to show a picture of my friend Brittany. She's 16 years old. She's got six years to live because of the food that she's eaten [16].

Акцентуючи увагу аудиторії на проблемі дитячого ожиріння, ідеатор, відомий шеф-повар Джеймі Олів'є, який пропагує здорове харчування, особливо здорове харчування дітей, використовує протиставлення особових та присвійних займенників першої особи однини та другої особи (I/my – you/your) для побудови пропозиції [Я ОПІКЮЮСЬ ВАМИ] і, відповідно, збудження позитивного емоційного ставлення до себе як ДРУГА, яке створює основу для раціонального сприйняття пропонованої ідеї «ЗДОРОВОМУ ХАРЧУВАННЮ СЛІД НАВЧАТИ ІЗ САМОГО ДИТИНСТВА ЗАДЛЯ ДОВГОГО ТА ЗДОРОВОГО ЖИТТЯ». Повтор займенників є частиною *анафоричного синтаксичного повтору* предикативних конструкцій та *еніфоричного повтору* додаткових конструкцій.

Як видно із попередніх прикладів, **синтаксичний повтор**, як правило, діє синкретично з іншими видами повтору. Цей приклад ілюструє *варіаційний синтаксичний повтор*, на який накладається *варіаційний словесний повтор*:

And yes, by the way, it is fast food: It's sloppy Joes, it's burgers, it's wieners, it's pizzas, it's all of that stuff [16].

Джеймі Олів'є застосовує цей повтор для акцентування уваги аудиторії на проблемі вживання дітьми некорисної їжі в американських школах: конструкція *it is* повторюється шість раз, і кожного разу з новим лексичним наповненням. Повторювані слова не можна назвати класичним синонімічним рядом, оскільки всі вони іменують різні референтні сутності: SLOPPY JOE / БУРГЕР З ЯЛОВИЧИНОЮ, BURGER / БУРГЕР, WIENER / КОВБАСКА, PIZZA / ПИЦЦА. Проте усі ці сутності належать до одного і того самого домену – FAST FOOD / ЇЖА ШВИДКОГО ПРИГОТУВАННЯ.

Синтаксичний повтор безпосередньо пов'язаний із таким стилістичним прийомом, як *градація*, де кожна наступна одиниця посилює значення попередньої, що дає змогу відтворити події, дії, думки та почуття у процесі розвитку від малого до великого (пряма градація) або від великого до малого (зворотна градація), що супроводжується наростанням інтонації та посиленням емоційності мовлення [10]. Один із прикладів градації міститься у промові Шонди Раймс:

And now I feel like I know a very magical secret. Well, let's not get carried away. It's just love. That's all it is. No magic. No secret. It's just love. It's just something we forgot. ... It's just love. We could all use a little more love, a lot more love [17].

У цьому фрагменті є кілька патернів синтаксичного повтору: *реплікаційний трьохразовий повтор конструкції It's just love*; на контрасті із *варіаційним повтором* цієї конструкції з іншим лексичним наповненням – *It's just something we forgot* для концентрації уваги аудиторії на важливій з точки зору ідеатора ідеї «ЛЮДИ ЗАБУВАЮТЬ ПРО ЛЮБОВ, А ЛЮБОВ МОЖЕ

ДОПОМОГТИ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ». Повтор прислівника *just* імплікує думку про ПРОСТОТУ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ (СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ Є ПРОСТИМ І ДОСТУПНИМ, ПРОТЕ ЛЮДИ ПРО НЬОГО ЗАБУВАЮТЬ). Наприкінці пасажу ідеатор використовує кількісну градацію, закорінену на паралельних конструкціях: *a little more love, a lot more love*, що підсилює попередню ідею. На позиційному рівні повтор слова *love* є *еніфоричним*.

У проаналізованих виступах переважають комплексні повтори, коли в одному відрізку мовлення вживаються декілька рівнів видів повторів, що змінюють один одного чи нашаровуються один на одного. Цей фрагмент промови Шонди Раймс є прикладом багаторівневого повтору, де одночасно повторюються фонемні, морфемні, слова та синтаксичні конструкції:

The nation I'm building, the marathon I'm running, the troops, the canvas, the high note, the hum, the hum, the hum. I like that hum. I love that hum. I need that hum. I am that hum. Am I nothing but that hum? [17]

На рівні синтаксичної структури мають місце кілька патернів варіативного повтору. По-перше, ідеатор вдається до повтору частини складної конструкції, що складається із однослівної номінації (*the nation; the marathon*) та підрядного означального, яке вводиться цією номінацією (*I'm building; I'm running*); по-друге, повторюються однорідні члени цієї складної конструкції, які корелюють із ініціальними номінаціями – усі із означеним артиклем *the* (*the nation, the marathon, the troops, the canvas, the high note, the hum*); по-третє, тричі повторюється синтаксична конструкція, рівна простому реченню (*I like that hum. I love that hum. I need that hum*); по-четверте, остання конструкція являє собою трансформацію передостанньої (твердження – запитання). Окрім означеного артикля *the*, займенника *that* та слова *hum*, що репрезентують *реплікаційний словесний повтор*, усі інші слова семантично не пов'язані між собою та дають різнорідну інформацію. Таке застосування повтору втілює тактику автоматизації мовлення через перевантаження свідомості. Завданням ідеатора є не акцентування уваги на певній інформації, а надання нерелевантної інформації, що створює ефект «інформаційної лавини».

Висновки. Сугестія як засіб впливу на підсвідомість реципієнта є однією із інструментальних стратегій комунікативного впливу в ідеаційній промові. Сугестія здійснює вплив на підсвідомість аудиторії за рахунок синтаксичного аранжування мовлення. Аранжування мовлення здійснюється за рахунок чергування однотипних і різнотипних синтаксичних конструкцій, які задають певний ритм мовлення або переривають цей ритм. Прототиповим засобом сугестивного впливу є повтор, що знаходить вияв на всіх рівнях структури мови (фонемному, морфемному, словесному й синтаксичному) і має різні структурно-позиційні різновиди. Повтор однотипних синтаксичних конструкцій автоматизує сприйняття, що полегшує прийняття ідеї, запропонованої ідеатором. Поява конструкцій, які вибиваються із патерну повтору, навпаки, акцентує увагу адресата на інформації, якою ці конструкції наповнені: адресат підсвідомо концентрується на тій конструкції, що відрізняється від інших у тому чи іншому фрагменті мовлення. У тексті ідеаційної промови повтор спирається на паралельні синтаксичні конструкції і взаємодіє із такими стилістичними прийомом, як градація та протиставлення.

Перспективою подальших досліджень є детальніше вивчення феноменів автоматизації та актуалізації уваги аудиторії у дискурсі ідеації, а також дослідження характеру сугестивного впливу комплексних повторів у вигляді «інформаційної лавини».

Література:

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык : [учебник для вузов] / И. В. Арнольд. – [5-е изд., испр, доп.]. – М. : Флинта : Наука, 2010. – 384 с.
2. Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.
3. Ільницька Л.Л. Англомовний сугестивний дискурс : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови» / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2006. – 22 с.
4. Ільченко М.Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / М.Л. Ільченко. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. – 221 с.
5. Мартинюк А.П. Аргументація та сугестія як інструментальні стратегії дискурсу // Мовні і концептуальні картини світу. – Вип. 55. – Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – с. 238–246.
6. Мартинюк А.П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами / А.П. Мартинюк // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – Вип. 3. – С. 159–167.
7. Мартинюк А.П. Когнитивно-коммуникативный инструментальный анализа речевого воздействия // Science and Education a New Dimension. Philology, III(15). – Issue: 68, 2015. – С. 67–70.
8. Мартинюк А.П. Когнитивно-коммуникативная лингвистика: в поисках базовых принципов и методик анализа // Когниция. Коммуникация. Дискурс: междунар. электронный сб. науч. тр. – Харьков, 2016. – № 12. – С. 17–35. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no12-2016/martynuk-a-p>
9. Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории (Проблемы палеопсихологии) [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://lib.ru/%3E%3C/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>.
10. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://literary_criticism.academic.ru/75/грация.
11. Суровцев В.А. Метафора, нарратив и языковая игра. Еще раз о роли метафоры в научном познании / В.А. Суровцев, В.Н. Сыров // Методология науки. Становление современной научной рациональности. – Томск: Изд-во ТГУ, 1998. – Вып. 3. – С. 186–197.
12. Трубіцина О.С. Мовні засоби реалізації сугестії в китаємовній масовій комунікації (на прикладі інтерв'ю Ху Цзіньтао іноземним ЗМІ) / О.С. Трубіцина // Східний світ. – 2013. – № 2–3. – С. 126–131.
13. Черепанова И.Ю. Заговор народа: Как создать сильный политический текст. – М. : КСП+, 2002. – 460 с.
14. Alaa Murabit: What my religion really says about women [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.ted.com/talks/alaamurabit_what_my_religion_really_says_about_women.
15. Clint Smith: How to raise a black son in America [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.ted.com/talks/clint_smith_how_to_raise_a_black_son_in_america.
16. Jamie Oliver: Teach every child about food [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.ted.com/talks/jamie_oliver
17. Shonda Rhimes: My year of saying yes to everything [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.ted.com/talks/shonda_rhimes_my_year_of_saying_yes_to_everything.
18. TED: Ideas worth spreading [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.ted.com>.

Кайсина Д. М. Повтор как средство суггестивного воздействия (на материале идеационных речей)

Аннотация. В статье исследуется коммуникативный потенциал повтора как средства суггестивного речевого воздействия в англоязычной идеационной речи. Дается классификация видов повтора, определяется вектор коммуникативного воздействия повтора (автоматизация :: деавтоматизация восприятия).

Ключевые слова: идеационная речь, речевое воздействие, повтор, суггестия.

Kaysina D. Repetition as a type of suggestive influence (based on English ideation speeches)

Summary. The article examines communicative potential of repetition as a type of suggestive influence in English ideation speech. Repetition is classified, communicative influence vector of repetition is determined (automatization :: activation of comprehension).

Key words: ideation speech, repetition, speech influence, suggestive influence.

Козловський В. В.,
доктор філологічних наук,
професор кафедри германської філології та перекладу
Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГРАМАТИЧНОЇ ФОРМИ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ)

Анотація. У статті встановлено, що лінгвокультурний потенціал граматичної форми виявляє себе у процесі інтерпретації семантики і прагматики речення. Вживання такого речення можна вважати типовою манерою поведінки людини.

Ключові слова: лінгвокультурний потенціал, граматична форма, семантика і прагматика речення, типова манера поведінки.

Постановка проблеми. Лінгвокультурологія (від лат.: *lingua* – мова, *cultura* – культура, *logos* – наука, вчення) – наукова дисципліна, яка виникла на перетині лінгвістики і культурології; вона досліджує прояви культури народу, які відображені та закріплені у мові. Мета лінгвокультурології – виявити факти взаємодії мови та культури, дослідити культурну значимість одиниці мови («культурні знання») шляхом співвіднесення конкретної одиниці мови (її вживання у типовій ситуації) з кодами культури [4, с. 28; 5, с. 218]. Лінгвокультурологія інтерпретує семантику та прагматику елементів мови для визначення культурно значимої інформації. Оскільки культура розвивається у надрах нації і забезпечує єдність національних культурних традицій, взаємозв'язок мови та культури перетворюється у взаємодію таких трьох компонентів, як мова – нація – культура.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Публікації з лінгвокультурології дають змогу констатувати, що об'єктом дослідження у них є переважно лексичні одиниці, тоді як граматичним одиницям, які є основою формування думки та її вираження, належної уваги не приділяється.

Постановка питання про вивчення відношень між граматичними формами і лінгвокультурологічною інформацією зумовлена нашим наміром зазначити роль граматики у процесі організації речення, репрезентації фрагментів знань як реакції на навколишню дійсність. Спрямованість статті на дослідження ролі граматичних одиниць як засобів відображення лінгвокультурної інформації визначає її актуальність і наукове значення.

Виклад матеріалу ґрунтується на теоретико-методологічному положенні В. фон Гумбольдта (W. von Humboldt) про те, що граматична одиниця слугує засобом організації думки [9, S. 419]. Х. Штейнталь (H. Steinthal) також вважав, що граматику слід розуміти як «форму представлення думки» (... *als Darstellungsform von Gedanken, die das Stoffliche und das Formale des Gedankens durch differente Formen in Erscheinung bringt* ...) [12, S. 391]. Отже, граматика мови є комплексом структурованих лінгвістичних одиниць. «Структурований» означає «оформлений у відповідності з наявними у мові системними зв'язками». Такі одиниці створюють у сукупності інвентар лінгвістичних одиниць – простих і складних конструкцій із різним ступенем синтаксичної зв'язаності складників [11, с. 9–10].

Мета статті полягає у встановленні та інтерпретації зв'язків між граматичною формою та лінгвокультурним змістом речення. Визначення лінгвокультурного потенціалу граматичної форми є кроком у комплексному дослідженні знаку мови (від його синтаксичного оформлення, функції до змісту та смислу речення, ситуації взаємодії).

Об'єктом дослідження є граматична форма, предметом – її лінгвокультурна семантика у складі речення/висловлення.

Виклад основного матеріалу. Граматична форма – це знак, у межах якого граматичне значення знаходить своє регулярне (стандартизоване) вираження [3, с. 116].

Лінгвісти розмежовують граматичні форми на формальні і змістовні. До першого типу належать афікси (префікси, суфікси), флексія. На сучасному етапі граматичні форми цього типу не відображають національно-культурної своєрідності у мовній картині світу. До другого типу граматичних форм належать такі, які слугують для вираження часу (*Präsens, Präterit, Perfekt, Plusquamperfekt, Futur I, Futur II*), способу (*Indikativ, Konjunktiv, Imperativ*), стану (*Aktiv, Passiv; Stativ; Reflexiv*), а також конструкції, наприклад *haben / sein + zu + Infinitiv; wollen / sollen + Infinitiv; scheinen / glauben sein + zu + Infinitiv*. Зазначені форми беруть участь у побудові речення, об'єктивації логіко-граматичних відношень, які зорієнтовані на відбиття зрозумілої і правильної в аспектах логіки і граматики думки автора. Частина граматичних форм набула лінгвокультурної специфіки і здатна (прямо чи опосередковано) відбити конкретну лінгвокультурну інформацію. Така спрямованість граматичної форми надає підґрунтя для інтерпретації у відповідному аспекті поведінки людини / групи людей, які користуються цією мовою.

Звернемо увагу на такі граматичні категорії німецької мови, як темпоральність і модальність – з відповідними формами вираження і значеннями. Автори граматики з німецької мови підкреслюють, що для позначення майбутнього частіше використовують часову форму *Präsens*, ніж форму *Futur I*, для якої значення майбутнього є головним у системі парадигматики часових форм. Наприклад: *Sicher tun wir es. Wir kommen und erzählen ihm alles*. При цьому підкреслюється, що таке вживання форми *Präsens* може бути зумовлено не тільки семантикою дієслова, а і прагненням німців до простоти та економності.

У працях із цього питання можна прочитати, що німецька мова акумулювала граматичні форми для вираження реальних часових значень. Лінгвокультурний аспект цих значень і форм пов'язують із ментальністю німців: вони частіше уявляють себе в діапазоні дійсності і актуального часу. Такі риси характеру німців, як точність, відповідальність, працьовитість, пунктуальність, дисциплінованість – результат реальних, а не вдуманих картин життя. Людина виховується на реальних прикладах.

Звісно, не варто було би робити широкі висновки на основі специфіки категоріальних форм, оскільки ці форми виражають досить різноплановий спектр значень. Однак слід брати до уваги випадки, коли в окремих типових ситуаціях мовець надає перевагу одній граматичній формі із низки інших. Часто такі форми можуть розглядатися як культурно-специфічні у порівнянні з іншим способом граматичного вираження.

Однією із граматичних категорій, яка визначає специфіку німецької мови, здатна бути засобом відображення лінгвокультурної інформації і тим самим у тій чи іншій мірі сприяти поясненню поведінки німців, є модальність. У системі вираження її значень переважають граматичні форми *Indikativ*, *Konjunktiv* і *Imperativ*. У конкретних ситуаціях взаємодії порівняння окремих структурно-семантичних типів речень із присудком у формі *Indikativ* і *Konjunktiv* ілюструють особливість їх застосування. Порівняйте, наприклад пари речень: *Es ist alles* (*Indikativ*) – *Es wäre alles* (*Konjunktiv*). *Wir sind am Ziel ...* – *Da wären wir am Ziel ...* *Ich will was fragen ...* – *Ich möchte was fragen ...* *Sagen Sie bitte ...* – *Würden Sie bitte sagen ...* *Er hat sich geirrt.* – *Er hätte sich geirrt.*

Представник структурної лінгвістики, крім однакового пропозиційного змісту у кожній парі речень, зазначив би різні форми присудку: *Indikativ* і *Konjunktiv*. Представник семантичної стилістики і лінгвопрагматики, продовжуючи думку «структураліста», підкреслив би факт найкращого вживання речень з кон'юнктивом. Реченню у формі кон'юнктива надається перевага через його «дипломатичну»/ввічливу тональність [1, с. 197; 8; с. 13.]. Лінгвокультуролог, ґрунтуючись на структурній та семантико-прагматичній інтерпретації речення, зробив би подальший крок у напрямі пояснення, чому речення із присудком у формі кон'юнктива більше відповідає саме німецькій манері виражати думку. Для лінгвокультуролога важливо виявити типові мовленнєві формули, вживання яких може бути зумовлено національно-ментальними чинниками. Граматики німецької мови вказують на те, що речення (наведені нами вище) із присудком у кон'юнктиві є мовленнєвими формулами ввічливості/«дипломатичності» (*höfliche / diplomatische Redeformeln*), які пройшли етапи концептуалізації і отримали статус речень-шаблонів. Вони вживаються у стандартних ситуаціях взаємодії для об'єктивації ввічливого твердження/констатації, ввічливої поради/рекомендації тощо [7, с. 90–94]. Так, різні за комунікативним типом речення: *Möchten Sie Tee?* / *Ich würde Ihnen gerne eine Tasse Tee anbieten* / *Eine Tasse Tee wäre jetzt am besten ...* – реалізують мету мовця: у ввічливій формі запросити співрозмовника до чаю. Лінгвокультурне значення граматичної форми кон'юнктива претерита (*möchten*, *würde*, *wäre*) виявляє себе у взаємодії цієї форми з типовою та еталонною манерою, кодом мовленнєвої поведінки німця у стандартній ситуації: йдеться про ввічливість при звертанні до співрозмовника із наміром попросити/запитати його про що-н., запропонувати йому що-н., запросити його, наприклад, до столу, дізнатися у нього про що-н. та ін. Наведемо ще приклад із «ввічливим кон'юнктивом» (*der höfliche Konjunktiv*), який відбиває типову ввічливу манеру поведінки людини при звертанні і проханні (розмова по телефону):

– *Hallo! Hier ist Anne. Anne Schulz, guten Tag! Würden Sie mich bitte mit Herrn Ernst verbinden? Ich rufe an wegen ...*

Guten Tag, Frau Anne. Leider ist Herr Ernst nicht da...

– *Könnten Sie mir sagen, wann er wieder da ist?*

Мовленнєві формули із кон'юнктивом є досить поширеними у спілкуванні. Ментальність виявляє себе у зручності, у високому ступені готовності сучасного німця вживати стандартизовані, «штамповані» фрази-кліше. Фрази, безпосередньо орієнтовані на партнера, – це також добути німцями одна з важливих картин стандарту життя. Ввічливі формули із претеритальним кон'юнктивом можна вважати невід'ємною частиною «корпоративної ввічливості». Не можна не зазначити також, що такі ситуації свідчать про схильність німців до «автоматизації» і «роботизації» у спілкуванні.

Ще однією можливістю спостерігати лінгвокультурний потенціал граматичної категорії модальності є ситуації із відтворенням «чужих» слів і вживанням форм кон'юнктива/індикатива у реченнях із непрямою мовою.

Перетворення речення прямої мови у непряме включає «зчеплення» авторського і репродукційного компонентів (*Satzzusammensetzung*) і «зсув» особи, часу і модальності (*Personen-, Zeit- und Modusverschiebung*):

– пряма мова: *Martin sagt: „Ich komme heute später“*; →

– непряма мова: *Martin sagt, dass er heute später käme / komme / kommt.*

Сам факт «перетворення» є звичайною операцією: один структурно-семантичний тип речення змінюється на інший. Водночас специфіку німецької мови визначає «зсув» модальної форми присудка (*Modusverschiebung*): індикатив у реченні прямої мови змінюється на кон'юнктив у реченні непрямої мови (... *ich komme heute später* → ... , *dass er heute später käme / komme*). Зауважимо, що індикатив у непрямому реченні також є граматично правильною формою (... , *dass er heute später kommt*). У лінгвопрагматичному та лінгвокультурному аспектах інтерес викликає семантика і прагматика форми кон'юнктива, а також протиставлення його семантиці індикатива. Німецькі вчені підкреслюють, що форми кон'юнктива та індикатива у реченні непрямої мови виявляють тенденцію бути засобом вираження оцінного ставлення мовця до змісту чужих слів (*einschätzende Stellungnahme des Berichters zum Inhalt fremder Worte*) [1, с. 197; 2]: форми презентного кон'юнктива (*Präsens*, *Perfekt*, *Futur I*) можуть бути засобом вираження «нейтрального» ставлення мовця/посередника (він тільки «передає», за істинністю «не відповідає»), претеритального (*Präterit*, *Plusquamperfekt*, *Futur II*) – «негативного» (посередник «має сумнів», «не вірить», «заперечує» тощо). Форма індикатива вважається ефективним засобом об'єктивації «позитивного» ставлення мовця: він «солідарний» з автором, слова якого він відтворює, «погоджується» з ним, «підтримує» його. Лінгвокультурний аспект оцінного ставлення і, відповідно, граматичних форм, які використовуються посередником, полягає у тому, що вживання способу (форм кон'юнктива/індикатива) зумовлено культурними факторами, наприклад історико-соціальним/гендерним/віковим статусом учасників комунікативної взаємодії, їх особистісними стосунками, рівнем освіти тощо. Культурний фактор зумовлений також типовістю ситуації взаємодії як такої – з її обов'язковими формально-синтаксичними складовими, поведінкою учасників первісного мовленнєвого акту і акту відтворення чужих слів, в основі якої лежать риси характеру, рівень виховання, освіти, здатність і вміння слідувати правилам мовленнєвої взаємодії, які прийняті у суспільстві.

У зв'язку із цим з метою ще однієї ілюстрації зазначеного наведемо думки Арніма Айрена (Arnim Ayren), автора статті «Über den Konjunktiv» (1992). Він пропонує проаналізувати

таку ситуацію: до однієї високої за соціальним статусом особи (барона) прийшла людина. Барон не має бажання прийняти гостя. Про це він говорить своєму слугі. Останній іде до кімнати, де очікує відвідувач, і говорить йому: «*Der Herr Baron läßt ihnen sagen, er sei für sie nicht zu sprechen*». Вибір слугою (він виступає в ролі посередника) форми презенса кон'юнктива є у структурному аспекті формою вираження чужих слів, а в аспекті семантики і прагматики – формою оцінного ставлення слуги, його дистанційності [*Distanzierung*: 10, с. 165 ff.] від поведінки (слів) барона і одночасно – нейтрального ставлення до самого відвідувача. Вона може бути прочитана як «*ich teile nur mit, ohne eigene Einschätzung*» [я тільки передаю, оцінки не даю]. Культурний підтекст слів слуги має конвенційну основу, а тому зрозумілий для гостя. «Нейтральне» ставлення слуги А. Айрен коментує так: якщо б слуга замість форми *sei* застосував форму, в якій були оформлені прямі слова (а це був Індикатив), то тоді його ставлення до гостя було б ідентичним ставленню хазяїна. У такому разі слуга виглядав би не тільки невихованою, а просто «брутальною людиною» („*Gibt der Diener stets stereotyp seines Herrn Worte wieder, wiederholt er sie also, ohne sie abzuwandeln, dann könnte der Satz auch den Herrn selbst charakterisieren, dann ist dieser einer gewählten, einer differenzierenden Redeweise nicht fähig, also wahrscheinlich nicht nur momentan unhöflich, sondern eben überhaupt ein grober Kerl.*“ (виокремлено нами – К.В.) [6, с. 7–8] Ментальний код культури у цій ситуації виявляє себе у розумінні слугою своєї соціально-комунікативної ролі (правильної поведінки) у відносинах між бароном і відвідувачем: належне виховання, яке досягається поколіннями, підсвідомо диктує людині вибір такого мовленнєвого кроку, який вважається оптимально прийнятним для такого типу відносин. Лінгвокультурний аспект граматичної форми полягає тут у можливості застосування її людиною для вираження такого оцінного ставлення, яке відображає соціально-статусні та національно-культурні правила поведінки у конкретному суспільстві.

Висновки. У плані лінгвокультурного моделювання мови можна виокремити категорії, які складають етнокультурну специфіку цієї мови і які можна віднести до національно-маркованих. Аналіз граматичних форм таких категорій доводить, що у граматиці немає нічого такого, чого б не було в лексиці. Етнокультурна специфіка граматики – це частина тієї специфіки, яку можна виявити в лексиці. Спостереження над категоріальними формами часу і модальності в аспекті лінгвокультурології дає підставу стверджувати, що відповідні форми і значення мають зв'язок із національними рисами мовленнєвої поведінки німців.

Перспектива дослідження цієї проблематики на матеріалі сучасної німецької мови полягатиме у встановленні цілісної картини граматичних структур, їх систематизації та інтерпретації для отримання даних про взаємодію форми, її граматичного значення та культурної інформації.

Література:

1. Адмони В.Г. Строй современного немецкого языка / В.Г. Адмони. – Ленинград: Просвещение, 1972. – 312 с.
2. Козловский В.В. Структурно-семантическая организация и коммуникативно-прагматическая направленность предложений с конъюнктивом в современном немецком языке. – Дис... докт. филол. наук: спец.: 10.02.04. / В.В. Козловский – Черновцы, 1997. – 397 С.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – 685 с.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.
5. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингво-культурный аспекты / Вероника Николаевна Телия. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
6. Ayren A. Über den Konjunktiv. – Hrsg. von Klaus Isele. – Eggingen-Augsburg, 1992. – 49 S.
7. Becker M. Der Konjunktiv der indirekten Wiedergabe. Eine linguistische Analyse der „Skisse eines Verunglückten“ von Uwe Johnson / M. Becker. – Zürich: Georg Olms Verlag, 1989. – 211 S.
8. Flämig W. Zum Konjunktiv in der deutschen Sprache der Gegenwart. Inhalte und Gebrauchsweisen / Walter Flämig. – Akademie-Verlag Berlin, 1959. – 188 S.
9. Humboldt, W. von. Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluß auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts / W. von Humboldt – Werke, Bd. III. – 1963. – S. 368–756.
10. Jäger S. Der Konjunktiv in der deutschen Sprache der Gegenwart. Untersuchungen an ausgewählten Texten / Siegfried Jäger. – Düsseldorf, 1971. – 438 S.
11. Redder A., Rehbein J. Zusammenhänge von Grammatik und mentalen Prozessen / Angelika Redder, Jochen Rehbein // Grammatik und mentale Prozesse. – StauFFenburg Verlag, 1999. – S. 1–11.
12. Steinthal H. Grammatik, Logik und Psychologie, ihre Prinzipien und ihr Verhältniss zueinander / H. Steinthal – Hildensheim: Olms, 1968. – 528 S.
13. Weider E. Konjunktiv und indirekte Rede / E. Wieder // Göppinger Arbeiten zur Germanistik N 569. – Kümmerle Verlag. – Göppingen, 1992. – 370 S.

Козловский В. В. Лингвокультурный потенциал грамматической формы (на материале современного немецкого языка)

Аннотация. В статье определено, что лингвокультурный потенциал грамматической формы проявляется в рамках интерпретации семантики и прагматики предложения. Употребление такого предложения можно считать типичной манерой поведения человека.

Ключевые слова: лингвокультурный потенциал, грамматическая форма, семантика и прагматика предложения, типичная манера поведения.

Kozlovskiy V. Lingvocultural potential of the grammatical form (on the basis of the Modern German)

Summary. The article identifies that the linguistic and cultural potential of grammatical forms reveals itself in the framework of interpretation of semantics and pragmatics of the sentence (expression). Use this sentence can be considered typical of human behavior.

Key words: lingvocultural potential, grammatical form, semantics and pragmatics sentences, typical manner of behaviour.

*Коломойченко А. Е.,**кандидат филологических наук,**доцент кафедры иностранных языков для социально-экономических специальностей
Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара*

ОДИН ЧЕЛОВЕК – МНОГО ИМЕН (ОБ ОНИМНОЙ СТРУКТУРЕ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Аннотация. В статье в общем виде затрагивается проблема исследования структуры современного английского имени, которая актуальна в силу того факта, что имя человека всегда было и остается важной проблемой общей лингвистики и таких ее направлений, как социолингвистика, антропонимика и т. п. Целью статьи является описание прагматики и структуры современной английской потенциальной онимной единицы в ее широком понимании. Проанализировав обозначение одной и той же персоны в номере британской газеты, мы назвали более десяти способов такового и пришли к выводу о том, что современное английское обозначение человека многогранно и структурно разнообразно.

Ключевые слова: имя, антропоним, оним, полное имя, сокращенное имя, инициал, прозвище.

Постановка проблемы. В статье в общем виде затрагивается проблема исследования структуры современного английского имени. Эта проблема находится в русле актуальных исследований, поскольку имя человека всегда было и остается важной проблемой общей лингвистики и таких ее направлений, как социолингвистика, антропонимика и т. п. Глобализация мира приводит к значительному нивелированию исконных и заимствованных имен; наблюдаются процессы как возрождения архаичных имен, так и образования неологизмов, утверждения новых способов обозначения человека. Этот антропонимический поток требует систематизации и детального исследования, что и обуславливает актуальность статьи.

Анализ последних исследований и публикаций. Общие проблемы антропонимики, как известно, получили освещение в работах, авторами которых являются Д. Ермолович, А.В. Суперанская и многие другие авторы. Исследованию функционирования имен собственных в художественном тексте посвящены работы Т.В. Бакастовой, В.И. Болотова, В.Д. Бондалетова, Ю.А. Карпенко, В.А. Никонова, Г.А. Силаевой, О.И. Фоянковой и др. Своеобразие структуры значения имен собственных рассматривается в работах Е. Куриловича, А.В. Суперанской и других авторов. Однако, насколько нам известно, специфика вариативности английского имени собственного еще не получила системного освещения.

Целью статьи является описание прагматики и структуры современной английской потенциальной онимной единицы в ее широком понимании.

Изложение основного материала. В современном английском языке лексикографы насчитывают около миллиона слов – нарицательных имен (апеллятивов), имеющих функцию обобщения информации, кроме них существует огромное количество собственных имен (онимов) – особых единиц речи, предназначенных для выделения, индивидуализации и представляющих собой разнообразные названия, которые изучают-

ся особой отраслью языкознания. Предметом теоретической антропонимики являются закономерности возникновения и развития антропонимов (имен человека), их структура, антропонимическая система, модели антропонимов, исторические пласты в антропонимии того или иного этноса, взаимодействие языков в антропонимии, универсалии. Ономастическая лексика на фоне противопоставленной ей апеллятивной отличается лексической семантикой, структурой морфемной и словообразовательной парадигмы, количественной характеристикой своих единиц, неодинаковым их употреблением в различных стилях речи и целым рядом других признаков. А.В. Суперанская отмечает, что «деление лексического состава языка на имена собственные и нарицательные – одно из кардинальных делений лексики» [3, с. 32].

И.А. Воробьева полагает, что имя собственное обладает смысловой структурой, которая складывается из трех компонентов значения: денотативного, сигнификативного и структурного, что сближает их с именами нарицательными [1, с. 42]. Специфика смыслового содержания имени собственного проявляется в каждом из компонентов их значения. Сигнификативное значение ИС – это отражение нашего знания о существовании предмета и его отличии от других. Е.Ф. Данилина разделяет позицию И.А. Воробьевой, уточняя при этом, что особенность личных имен состоит в том, что они в большей мере, чем нарицательные, обнаруживают бинарность языкового (общего) и речевого (частного) [2, с. 58].

Ономасты сходятся во мнении о том, что значение имени в языке гораздо беднее, чем в речи. Функциональную закрепленность за одним объектом можно считать главной отличительной особенностью имени собственного в речи, которая, по мнению лингвистов, реализуется в трех важнейших его функциях, т. е. в номинации, идентификации и дифференциации одновременно.

Антропонимические формулы национально маркированы и специфичны для различных уровней общения. Важной теоретической проблемой антропонимики является классификация антропонимов. Как объект исследования традиционной антропонимики имя может представлять собой нейтральное по значению имя собственное – именной антропоним, например личное имя John, Mary, Alexander; именной антропоним экспрессивной окраски, выраженной уменьшительно-ласкательными формами: Mary – Mally – Molly – Polly как «сокращенный» вариант антропонима.

Антропоним как личное имя отличается от многих других имен собственных (онимов) характером индивидуализации объекта: каждый объект номинации (человек) имеет имя. Ресурсы имен ограничен. Имена личные повторяются, что заставляет давать дополнительные именованья. Официальное именование человека в развитом обществе имеет свою формулу имени: определенный порядок следования антропонимов и

имен нарицательных (этнонимов, названий родства, специальности, рода занятий, званий, титулов, чинов и т. п.).

Формулы имени, как правило, имеют ярко выраженный национальный характер. Постоянная формула имени была известна еще в античности: *praenomen* (личное имя) + *nomen* (родовое имя) + *cognomen* (прозвище, позднее фамильное имя) + (иногда) *agnomen* (добавочное имя). В более позднее время у греков к обязательной двучленной модели (И–О) прибавился третий элемент – указатель этнической принадлежности носителя имени (этника). Этот последний элемент имени образовывался от названия города, в котором человек имел права гражданства, как это было в Атике со времен Клизфена. Полное именование (с перечислением всех трех элементов антропонима) встречается только в официальных документах – актах, декретах, генеалогических списках и т. п. Так, полное имя Демосфена писалось: Демосфенес Демосфенус Пэниэзус, т. е. Демосфен, сын Демосфена, из местности Пэiania [9].

Современная антропонимическая модель во Франции двучленна, имена французов бывают и трехчленными, когда или имя, или фамилия состоит из двух элементов, как, например, имена ряда известных французских ученых, писателей: Frederic Jolio-Curie, Marie-Therese Morlet, что рассматривают как наследие романской эпохи: Marcus Tullius Tiro, Publius Cornelius Scipio [8].

Форма именования человека может зависеть не только от национальных традиций, но и от речевого этикета. Например, современная японская антропонимическая модель двучленна, т. е. она состоит из фамилии и индивидуального имени, причем индивидуальное имя никогда не стоит перед фамилией. Японцы обычно обращаются друг к другу по фамилии, кроме таких ситуаций, как, например, в разговоре между близкими друзьями, родственниками. Обращение к японцу просто по имени (*Танака*) считается грубым и неприличным. При обращении чаще всего к фамилии (также и к имени) прибавляется суффикс *-сан*, который употребляется при именовании лиц как мужского, так и женского пола (*Танака-сан*) [6].

Для русских календарных имен оказалось особенно важным взаимодействие русской устной разговорной и церковно-книжной письменной речи. Это проявилось в морфолого-фонетических преобразованиях, приспособлении христианских имен к условиям русской языковой среды. Первоначально официальную канонизацию, а вслед за ней и широкую распространенность получали имена, носители которых были активными деятелями христианства или пострадали за эту религию; такой именник первоначально был весьма невелик.

Что касается структуры английского имени, лингвисты отмечают: “in the subcategory of ‘name’ one finds the real first and/or family name, an expressive form of them, a hypocoristic, or the byname of the chatter... As for activities (job, study, hobby, and sports) many more men than women coined a nick... I conclude that since proper names, and especially personal names, are so flexible and adaptable it is to be expected that they are able to reflect social structure in a fairly true and direct way” [7].

Помимо официального имени в его различных вариантах, в широком понимании в онимную формулу, обозначающую того или иного человека, могут входить различные перифразы, сочетания с титулами и т. п. Стремясь описать возможную структуру имени в ее широком понимании, мы проанализировали актуальный фактический материал: различные варианты имени вновь избранного президента Соединенных Штатов Америки. Нами был проанализирован номер газеты Daily Express за 10 ноября 2016 года [5], где встретилось более десяти вариантов, которые можно описать следующим образом.

Фамилия президента:

Trump boost for our EU exit.

Первое имя в сочетании с фамилией:

Donald Trump's stunning US election victory will strengthen Britain's bargaining power as we negotiate Brexit.

Два имени и фамилия:

Donald John Trump chose to get even by doing what he has done his entire life - by winning.

4. Сочетание первого имени с инициалом второго имени и фамилией:

President Obama may have inspired Donald J Trump's run for the presidency...

5. Только инициалы:

Known as D.T. to his school-mates, Mr Trump won three medals and a clutch of honours.

6. Официально принятое обращение в сочетании с фамилией:

Mr Trump's supporters said his victory against the establishment elite was thanks to Britain leading the way with Brexit.

7. Официально принятое обращение в сочетании с фамилией и указанием на возраст:

In his speech Mr Trump, 70, called for unity.

8. Новообретенный титул в сочетании с фамилией в сокращенном варианте:

President-elect Trump appeared with his son Barron, wife Melania and daughter Ivanka

или в полном варианте:

On the basis of these values I am offering to work closely with the future President of the United States Donald Trump.

9. Официальное имя и прозвище:

As Mr Trump – nicknamed The Donald – glowered, the President declared.

10. Шуточное объяснение имени:

We predicted that he would be president back in 2000 but (Trump) was of course the most absurd placeholder joke name that we could think of at the time, and that's still true.

11. Переход личного имени в бренд:

The show ushered in the new era of Trump where his name became a luxury brand he licensed out to everything from buildings to vodka, and even stakes – for a price.

He opened the controversial Trump International Golf Links in Aberdeenshire.

12. Противопоставление имени Трампа другому историческому лицу:

Trump is no King Canute.

13. Трансформация имени для создания аллюзии:

Humpty-Trump said: Build a Wall! Humpty-Trump: Deport 'em all!

Этот перечень можно продолжить, хотя и в таком виде он достаточно ярко иллюстрирует широкие возможности английской онимной структуры.

¹ Вспомним, что полное имя героини романа В. Гюго «Отверженные», которая запоминается читателям как Козетта, – Эффрази. По этому поводу В. Гюго замечает: «Но из Эффрази мать сделала Козетту, следуя тому инстинкту изящного, благодаря которому матери и народ любовно превращают Хосефу в Пепиту, а Франсуазу в Силету. Такого рода производные вносят полное расстройство и путаницу в научные выводы этимологов. Мы знавали бабушку, которая ухитрилась из Теодоры сделать Ньон» [В. Гюго. Отверженные. Т. 1]

Выводы. Имя собственное – особый лингвистический феномен, который, с одной стороны, является категорией, общей для всех языков, с другой – имеет исторически меняющуюся национальную специфику. Современное английское обозначение человека многогранно и структурно разнообразно, в этой работе проиллюстрировано более десяти его вариантов. Перспективы дальнейшего исследования мы видим в описании прагматической окраски современной английской онимной единицы.

Литература:

1. Воробьева И.А. К вопросу о лексическом значении имен собственных / И.А. Воробьева // Актуальные проблемы лексикологии: доклады лингвистической конференции. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 1971. – Ч. I. – С. 37–48.
2. Данилина Е.Ф. К вопросу о лексическом значении личных имен / Е.Ф. Данилина // Лексика и словообразование русского языка. – Пенза, 1972. – С. 58–67.
3. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.
4. Чернейко Л.О. Имя собственное как результат индивидуально-творчества и как объект авторского права / Л.О. Чернейко. – Изобретательство. – 2002. – № 8. – С. 23–25.
5. Daily Express, November 10, 2016.
6. felomena.com/names/yaponskie/
7. Langendonck van V. Theory and Typology of Proper Names / Langendonck van V. – Mouton de Gruyter, Berlin – New York, 2007. – 378 p.
8. namemeaning.ru/francuzskie-imena.html
9. vseimena.com/name

Коломойченко О. Є. Одна людина – багато імен (про онімну структуру у сучасній англійській мові)

Анотація. У статті в загальному вигляді порушується проблема дослідження структури сучасного англійського імені, яка актуальна через той факт, що ім'я людини завжди було та залишається важливою проблемою загальної лінгвістики та таких її напрямів, як соціолінгвістика, антропоніміка тощо. Метою статті є опис прагматики та структури сучасної англійської потенційної онімної одиниці в її широкому розумінні. Проаналізувавши позначення однієї і тієї ж персони в номері британської газети, ми назвали понад десять способів такого та дійшли висновку про те, що сучасне англійське позначення людини багатогранне та структурно різноманітне.

Ключові слова: ім'я, антропонім, онім, повне ім'я, скорочене ім'я, ініціал, прізвище.

Kolomoychenko O. One person – a lot of names (about onym structure in modern English)

Summary. This article deals with the problem of studying the structure of modern English name, which is relevant due to the fact that a person's name has always been an important issue of general linguistics and of its areas such as sociolinguistics, anthroponymics etc. The aim of the article is to describe the pragmatics and structure of modern potential English onym units in its broadest sense. After analyzing the name of the same person in the edition of the British newspaper, we pointed out more than a dozen ways of its usage and came to the conclusion that modern English person naming is multifaceted and structurally diverse.

Key words: name, anthroponym, onym, full name, abbreviated name, initials, nickname.

Лисовская А. О.,
соискатель кафедры теоретической и
прикладной фонетики английского языка
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

КИНОДИСКУРС КАК ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация. В статье представлены междисциплинарные подходы к изучению кинодискурса, проанализированы его текстовые и дискурсивные категории, определена роль некоторых дискурсивных категорий в создании и восприятии кинодискурса.

Ключевые слова: кинодискурс, текстовые категории, дискурсивные категории.

Постановка проблемы. Современную жизнь невозможно представить без существования «движущейся картинки» – кино. Сложный язык кинематографа является предметом изучения как специалистов в области кино (искусствоведов, кинокритиков, теоретиков и историков кино), так и философов, литературоведов, культурологов, социологов, лингвистов.

Анализ последних исследований и публикаций. В лингвистической литературе изначально кинематографические произведения рассматривались как особая разновидность текстов. Ю.М. Лотман утверждал, что фильмы являются текстами наряду с поэмами и симфониями [1, с. 14], подчеркивая сложность и неоднородность этих образований. Идею отнесения кинофильма к особому виду текста поддерживает и Е.Е. Анисимова, которая, исходя из неомогенности его составляющих, предлагает трактовать кинофильм как креолизованный (в других номинациях – гетерогенный, полимодальный, поликодовый) текст, то есть «особый лингвизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [2, с. 73].

Основанием для отнесения произведений кинематографа к разряду текстовых образований служит наличие в них основных категориальных признаков текста, таких как членимость, связность, проспекция и ретроспекция, антропоцентричность, локальная и темпоральная отнесенность, информативность, системность, целостность, модальность и прагматическая направленность. Позволим себе, вслед за Г.Г. Слышкиным и М.А. Ефремовой, вкратце остановиться на каждой из вышеперечисленных текстовых категорий, присущих кинотексту.

1. Кинотекст является дискретной единицей, так как его структура допускает *членимость* (здесь и далее – выделено нами – А.Л.).

2. Кинотекст обладает *связностью*: содержательная самостоятельность эпизода относительна, ибо требует опоры на кинотекст целиком. А значит, можно говорить о кинотексте как «о едином когерентном целом».

3. Направленность развития событий в кинотексте может быть как движущейся вперед (в соответствии с ходом событий в реальном мире), так и «возвращающейся». Имеют место также *проспекция* и *ретроспекция* в узком смысле – предвосхище-

ние будущего, забегание вперед и воспоминание о прошлом. Эти категории создают ощущение многомерности мира кинотекста.

4. В центре кинотекста независимо от конкретной темы повествования, как правило, стоит человек, что говорит об *антропоцентризме* кинотекста.

5. Кинотекст также обладает *локальной и темпоральной отнесенностью*. Пространство в кинотексте чаще несвободно от присутствия персонажа, неотделимо от времени действия, а время течет для зрителей неравномерно.

6. Кинотекст характеризуется многоканальной *информативностью*: с одной стороны, информационный поток разделяется по способу восприятия информации (зрительный и слуховой), с другой – по типу воспринимаемой информации (содержательно-фактуальная, содержательно-концептуальная, содержательно-подтекстовая).

7. В кинотексте ничто не существует случайно, само по себе: каждый элемент включается в общую систему (*системность*), которая создается коллективным автором как результат множественных семиотических трансформаций и функционирует для выполнения единой цели.

8. Специфика категории *целостности* в кинотексте заключается в а) тесной интеграции лингвистической и нелингвистической составляющих; б) наличии четких временных и пространственных рамок; в) наличии сигналов, обозначающих начало и конец фильма.

9. Кинотекст является продуктом субъективного осмысления действительности коллективным автором. Учитывая дифференцированный полиавторский характер кинотекста, исследователи говорят о сложном типе *модальности*. Кинотекст – это отражение мира, увиденного глазами группы людей.

10. *Прагматическая направленность* кинотекста представляет собой побуждение реципиента к ответной реакции, которая в этом случае предполагает некоторое имплицитное действие, т. е. изменение в чувствах, мыслях зрителя, что не обязательно находит вербальное выражение [3, с. 28–32].

Расширение предмета лингвистики кинотекста приводит к появлению понятия «кинодискурс». При этом необходимо отметить, что в современных лингвистических исследованиях термины «кинотекст» и «кинодискурс» все еще недостаточно четко разграничиваются.

В связи с этим **целью статьи** является определение статуса кинодискурса в парадигме современных исследований.

Основные задачи работы – рассмотреть категориальные признаки смежных понятий «кинотекст»/«кинодискурс», проанализировать существующие определения кинодискурса в различных областях гуманитарного знания, выявить роль некоторых дискурсивных категорий в создании и восприятии кинодискурса.

Изложение основного материала. Если при исследовании кинопроизведения как особого текстового образования во главу угла ставилась его *лингвальная* составляющая, то при определении сущности кинодискурса *экстралингвальные* факторы выдвигаются на первый план и являются определяющими по отношению к лингвальным. При этом к экстралингвальным относятся не только факторы коммуникативной ситуации, но и факторы культурно-идеологической среды, в которой протекает коммуникация. Именно экстралингвальные факторы в кинодискурсе и рассматривает в своей работе А.Н. Зарецкая, которая утверждает, что кинодискурс – это связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, такими как креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем) [4, с. 8]. К экстралингвальным факторам относятся разнообразные культурно-исторические фоновые знания адресата, экстралингвальный контекст – обстановка, время и место, к которым относится фильм, различные невербальные средства: рисунки, жесты, мимика, которые важны при создании и восприятии кинофильма. Таким образом, одними из главных свойств кинодискурса являются аудиовизуальность, интертекстуальность, креолизованность, целостность, членимость, модальность, информативность, проспекция и ретроспекция, прагматическая направленность. Как видим, текстовые категории являются неотъемлемой частью кинодискурса. Однако при этом выведение за скобки сугубо дискурсивных характеристик кинопроизведений может значительно обеднить понимание этого явления.

Исследуя кинодискурс с точки зрения социологии, специалисты в большей мере концентрируются на исследовании функциональной составляющей кинодискурса. Полагая, «что кинодискурс является дискурсом либеральных ценностей, идей модернизации и прав человека <...>, формой и средством распространения либеральной идеологии в глобальном масштабе» [5, с. 47], некоторые исследователи отмечают наднациональный характер кинодискурса, его влияние на современного человека посредством аудиовизуальных средств, которые объективируют восприятие реальности и являются формой социального знания, несмотря на создаваемую виртуальную реальность. Не ставя под сомнение воздействующую силу аудиовизуальных средств, используемых кинематографом для трансформации виртуальной реальности в объективную, позволим себе не согласиться с утверждением об абсолютной наднациональности кинодискурса. На наш взгляд, различные культурные, исторические, **религиозные** фоновые знания реципиентов кинофильма приведут к различным же уровням восприятия кинопроизведения. Нами намеренно выделены религиозные фоновые знания адресата, так как перспективой нашего исследования является изучение функционирования религиозного дискурса (в частности, устной англоязычной молитвы) в дискурсе кино. Предварительные наблюдения позволяют констатировать, что восприятие молитвенного дискурса представителями христианской культуры любой конфессии существенно отличаются от перцепции его представителями иной конфессиональной культуры. По меткому выражению М.Б. Ямпольского, «кино ищет

реальность на пути умножения связей с культурой» [6, с. 141]. Из этого следует, во-первых, что интертекстуальность как текстовая категория является неотъемлемой чертой кинодискурса, а во-вторых, фактор наличия/отсутствия фоновых знаний культурного наследия (к каковым, несомненно, относится религия и религиозные акты) в значительной мере облегчает/затрудняет восприятие вплетенных в канву кинодискурса элементов дискурса христианской молитвы.

Среди многочисленных работ, посвященных кинодискурсу с лингвистической точки зрения, можно заметить различные подходы к изучению этого явления. В первую очередь, лингвисты задаются вопросами, касающимися разграничения понятий «кинотекст» и «кинодискурс», классификации кинодискурсов (Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова, А.Н. Зарецкая, И.Н. Лавриненко), жанровой типологии кинодискурса (Т. ван Дейк), практических проблем перевода кинодискурса (С.С. Назмутдинова), и др.

С.С. Назмутдинова определяет кинодискурс как «семиотически осложненный динамический процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межкультурном и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, концептуальности значения, иконической точности, синтетичности [7, с. 7]. В качестве объекта лингвистики некоторые авторы обращаются также к смежному понятию «киноповествование»: по их мнению, это «форма вербально-иконического поведения, соотносимая с определенной ситуацией, культурой, временем, пространством и обладающая основными функциями, присущими языку <...> в котором осуществляется взаимодействие на кинореципиента» [8, с. 136]. Исследователи также отмечают, что «кинодискурс как коммуникативная ситуация создается полифоничным автором, то есть киносценаристом, режиссером, актерами, редакторами, операторами» [Там же]. Необходимо отметить, что фактор коллективного авторства признается многими исследователями одним из ведущих признаков, отличающим кинопроизведение от произведений других видов искусства.

А.Н. Зарецкая под кинодискурсом понимает «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, т. е. креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [4, с. 32].

Знаковая неоднородность кинодискурса подчеркивается в исследованиях многих лингвистов. Так, И.Н. Лавриненко под кинодискурсом понимает «поликодовое когнитивно-коммуникационное образование, сочетание различных семиотических единиц в их неразрывном единстве, которое характеризуется связностью, цельностью, завершенностью, адресностью. Кинодискурс выражается при помощи вербальных, невербальных (в том числе кинематографических) знаков в соответствии с замыслом коллективного автора и структурируется средствами МКР; он зафиксирован на материальном носителе и предназначен для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия кинозрителями» [9, с. 5]. Как видно из приведенной

цитаты, интерпретация кинодискурса И.Н. Лавриненко очень близка к пониманию «кинотекста» в концепции Г.Г. Слышкина. В связи с этим возможно говорить о рассмотрении этих понятий через соотношение «часть-целое». М.А. Самкова также предлагает различать кинотекст, кинофильм и кинодискурс. Кинофильм исследователь рассматривает как родовое понятие по отношению к кинотексту, при этом «кинотекст сосредоточивается на языке и рассматривает элементы речи: интонацию, паузы и другие как второстепенные» [8, с. 136].

Акцент на невербальную составляющую кинодискурса, как уже говорилось выше, является основанием для дифференциации понятий «кинотекст – кинодискурс». Ведущий исследователь англоязычных кинофильмов С. Козлофф [10, с. 90] подчеркивает важность невербальных компонентов фильма и настаивает на их тщательном изучении, считая, что наиболее тесно с вербальным компонентом связаны актерская игра, особенности съемки, монтаж и звуковые эффекты, которые и сосредотачивают внимание зрителя на подтексте и не наблюдаются при чтении киносценария или титров.

Выводы. Таким образом, неоспоримым фактом стал возрастающий интерес лингвистов к изучению кинодискурса в связи с огромным влиянием кинематографа на особенности восприятия мира современным человеком. Кинодискурс – понятие, которое включает в себя и кинотекст, и тот смысл, который вложили создатели кинофильма в свое произведение, и восприятие (интерпретацию) фильма кинозрителем. Кроме того, именно на уровне кинодискурса можно говорить о корреляции его с другими видами искусства. На наш взгляд, в качестве составляющих кинодискурса выделяются такие глобальные экстралингвальные факторы, как факторы культурно-идеологической среды, в которой протекает коммуникация. Вышеизложенное позволяет констатировать, что кинодискурс представляет собой полипарадигмальный объект изучения и для системного его описания требуются данные ряда наук.

Перспективы дальнейших исследований видим в исследовании знаковой системы кинодискурса в рамках семиотико-синергетического подхода для выявления роли вербального и невербального компонентов в создании и восприятии кинопроизведения.

Литература:

1. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики [Текст] / Ю.М. Лотман. – Таллинн: Александра, 1973. – 63 с.

2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
3. Слышкин Г.Г. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. / Г. Слышкин, М. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
4. Зарецкая А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: монография / А.Н. Зарецкая. – Челябинск: Абрис. 2012. – 192 с.
5. Сорока Ю.Г. Кинодискурс повседневности постмодерна [Текст] / Ю.Г. Сорока // Постмодерн: новая магическая эпоха / под ред. Л.Г. Ионина. – Харьков: Харьковский нац. ун-т им. Н.В. Каразина, 2002. – С. 47–49.
6. Ямпольский М.Б. Память Тиресия: интертекстуальность и кинематограф. – М.: РИК «Культура». 1993. – 464 с.
7. Назмутдинова С.С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.С. Назмутдинова. – Тверь, 2008. – 18 с.
8. Самкова М.А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий [Текст] / М.А. Самкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2011. – Вып. 1(8). – С. 135–137.
9. Лавриненко И.Н. Стратегии и тактики мены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.Н. Лавриненко. – Харьков, 2011. – 20 с.
10. Kozloff S. Overhearing film dialogue. Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 2000. – 332 p.

Лісовська А. О. Кінодискурс як поліпарадигмальний об'єкт дослідження

Анотація. У статті подано міждисциплінарні підходи до вивчення кінодискурсу, проаналізовано його текстові та дискурсивні категорії, визначено роль деяких дискурсивних категорій у створенні та сприйнятті кінодискурсу.

Ключові слова: кінодискурс, текстові категорії, дискурсивні категорії.

Lisovska A. Film discourse as a polyparadigmatic object of investigation.

Summary. The article deals with the survey of an interdisciplinary approach towards the study of the film discourse, the analysis of its textual and discursive categories and the participation of some discursive categories in film discourse creation and perception.

Key words: film discourse, textual categories, discursive categories.

Максименко О. В.,

викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

КОГНІТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІКОНІЧНИХ І МЕТАФОРИЧНИХ ЖЕСТОВО-ВЕРБАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ТЕЛЕІНТЕРВ'Ю)

Анотація. У статті встановлені особливості функціонування іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень у спонтанній комунікації з урахуванням когнітивного підґрунтя комунікативної діяльності. Виявлено спільні та диференційні риси іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень та встановлено, як здійснюється розподіл інформації між жестовим та вербальним компонентами іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень.

Ключові слова: жестово-вербальне висловлення, іконічний жест, комунікація, метафоричний жест.

Постановка проблеми. Хоча дослідження жестів має довгу історію, інтерес до цього невербального компонента комунікації значно поживався у 90-х роках минулого століття з появою робіт Д. МакНіла [8, 9], який висловив гіпотезу про те, що жест і мовлення становлять єдину інтегральну систему продукування мовного значення.

У фокусі уваги Д. МакНіла перебувають спонтанні, автоматичні, універсальні жести, не зрозумілі без вербального компонента комунікації [9, с. 5–6]. У класифікації Д. МакНіла та Л.Л. Педелті такими характеристиками наділені чотири типи жестів, такі як іконічні, дійктичні, ритмічні та метафоричні [10]. Д. МакНіл принципово розмежує названі типи жестів із символічними жестами (термін «символічний» уживається в тому ж смислі, що й у класифікації знаків Ч. Пірса [11, с. 254–263]), які також називають жестами-емблемами. Розмежування проводиться на тій підставі, що символічні жести являють собою конвенціональні семіотичні знаки (як, наприклад, жест «ОК»), які є культурно маркованими і безпосередньо не пов'язаними із процесом продукування мовлення (вони є зрозумілими і без вербального компонента комунікації) [9, с. 5].

Такий ракурс розгляду жесту і мовлення відкриває перед дослідниками новий об'єкт аналізу, який називаємо жестово-вербальним висловленням (ЖВВ), акцентуючи діалектику взаємодії жесту і мовлення у комунікації. Вивчення жестово-вербальних висловлень відкриває шляхи до поглиблення наукового знання про роль жесту у процесі смислотворення та про закономірності реалізації когнітивної мовної здатності людини у реальних комунікативних процесах. Зазначене зумовлює актуальність теми дослідження.

Мета статті полягає у встановленні особливостей функціонування іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень у спонтанній комунікації з урахуванням когнітивного підґрунтя комунікативної діяльності.

Завданнями статті є а) виявлення спільних та диференційних рис іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень; б) з'ясування, на які саме характеристики об'єкта

референції спирається його іконічна або метафорична репрезентація; в) встановлення, як здійснюється розподіл інформації між жестовим та вербальним компонентами іконічних та метафоричних жестово-вербальних висловлень.

Об'єктом дослідження є контекстуалізовані іконічні й метафоричні жестово-вербальні висловлення, а предметом – їхні класифікаційні ознаки та особливості взаємодії жестового й вербального компонентів.

Матеріал пілотного дослідження становлять 100 жестово-вербальних висловлень, відібраних із відеоматеріалів англomовних розважальних інтерв'ю з гостями американського ток-шоу *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon* [13]. Вибір розважального інтерв'ю відповідає завданням дослідження, оскільки цей жанр є виявом спонтанної комунікації, яка є природним середовищем функціонування жестово-вербальних висловлень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спираючись на класифікацію жестів Д. МакНіла та Л.Л. Педелті, іконічні жести (термін «іконічний» тут використовується у значенні, синонімічному тому, яке вкладає у нього Ч. Пірс у своїй широко відомій класифікації знаків, називаючи іконічним знак, який перцептивно нагадує сутність, яку він заміщає [11, с. 254–263]) визначаємо як такі, що репрезентують референта вербального компонента висловлення через зображення асоційованих із ним 1) атрибутів, 2) дій або 3) просторових відношень. Наприклад, найпростішим способом пояснити дитині, як зав'язати шнурки кросівок, є ілюстрація вербального пояснення відповідним жестом (цей та інші приклади типів жестів запозичені [5, с. 570]).

Щодо метафоричних жестів, то у класифікації Д. МакНіла вони відрізняються від іконічних тим, що репрезентують абстрактного референта. Наприклад, під час загального обговорення реклами певного продукту спеціаліст із маркетингу говорить *“Here's what I am thinking”* і супроводжує мовлення таким жестом: торкається руками чола та вилиць, а потім раптово простягає руки вперед до аудиторії так, начебто тримає якийсь об'єкт і виставляє його на загальний огляд. Цей жест інтерпретують як метафоричний на тій підставі, що ідея є абстрактною сутністю, яку не можна фізично дістати з голови й у буквальному смислі передати іншим [5, с. 570].

Розглядаючи комунікативну діяльність у когнітивному ракурсі і приймаючи гіпотезу про те, що комунікативна діяльність забезпечується «концептуальною сіткою», яка являє собою модель нейронної сітки мозку і містить як раціональний когнітивний досвід (тобто енциклопедичні знання різних типів), так і афективний (емоційний) досвід, а також беручи до уваги ту обставину, що велика частина когнітивно-комунікативної діяльності проходить у підсвідомості [2], вважаємо, що класифікацію жестово-вербальних висловлень слід будувати із

урахуванням сфер свідомості/підсвідомості (за М.В. Нікітіним, «психічних субстратів» [3, с. 74–78]), на які ці висловлення орієнтовані [1].

Іконічні та метафоричні жести належать до раціональних, оскільки їх продукування й інтерпретація орієнтовані на раціональну сферу свідомості. У структурі раціональних жестово-вербальних висловлень жести надають різного роду інформацію про ті чи інші сутності реального або фантазійного світу, які є об'єктами референції цих висловлень. Іконічні висловлення розмежовуємо із метафоричними за критерієм реального :: образ-схемного зображення об'єкта референції [1].

Виклад основного матеріалу. Переходячи до опису аналізованих ЖВВ, зазначимо, що у транскрибуванні таких висловлень, услід за А. Ченкі [4], використовуємо такі умовні позначення: символ «квадратні дужки» [] сигналізує про початок і кінець жестово-вербального висловлення; цифри та літери, розміщені над словами мовця, позначають момент виконання аналізованого жесту: #1 a/b/c є позначеннями структурних частин одного й того самого жесту або повтору жесту; кожен новий жест позначається вже новою літерою; слова, на які падає емпатичний наголос, подаються великими літерами.

Перший приклад містить іконічне ЖВВ, що належить Джиммі Феллону, ведучому американського ток-шоу *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*. Приклад обрано із його інтерв'ю із американською поп-співачкою та кіноакторкою Майлі Сайрус:

#1

1. [*Your KNEE, your kneecap, is an imPERsonator*] [13]

Жест #1 співпадає у часі із озвученням слова KNEE/КОЛІНО, на яке падає емпатичний наголос – пальці правої руки, виставленої вперед долонею донизу, окреслюють округлу форму об'єкта. Жест співвідносний із об'єктом референції, експліцитно представленим вербально – *Your KNEE, your kneecap*. Власне колінна чашечка Майлі Сайрус є і об'єктом референції, і темою гумористичного інтерв'ю, оскільки фотографії цієї колінної чашечки дивним чином нагадують фотографії обличчя американських знаменитостей.

Продукування та інтерпретація цього ЖВВ спирається на раціональну сферу свідомості – онтологічні знання та уявлення про таку частину тіла, як колінна чашечка. У складі контекстуалізованого ЖВВ цей жест надає інформацію про те, як виглядає об'єкт референції, зображуючи такий його атрибут, як округла форма. Отже, це ЖВВ є іконічним та репрезентує експлікованого вербальним компонентом референта через зображення асоційованого з ним атрибуту.

У другому прикладі раціональний іконічний жест зображає суб'єктну дію, яка експліцитно виражається у вербальному компоненті ЖВВ:

#2

[*I had to just keep scrolling (...) to actually find that photo.*] [13]

Жест #2 належить М. Сайрус. Він випереджає говоріння і належить до вербальної одиниці *scrolling*: ліва рука з відкритою долонею розташована горизонтально напроти мовця на рівні тулуба, так, ніби на ній є якийсь об'єкт. Права рука виставлена вертикально вперед на невеликій відстані від лівої, але ближче до тулуба. Вказівний палець правої руки виконує кругові рухи. Жест, виконаний обома руками, відтворює дію *to scroll* – перегортання сторінок у додатку Instagram на екрані електронного пристрою (ймовірно, мобільного телефону iPhone). Оскільки жест #2 репрезентує фізичну дію, позначену дієсловом *to scroll*,

безпосередньо зображуючи її, наведений приклад відносимо до іконічних жестів. Його продукування спирається на раціональну сферу свідомості – онтологічні знання та уявлення про те, як здійснюється пошук матеріалів у додатку Instagram.

Третій приклад ілюструє раціональний іконічний жест, який репрезентує суб'єктно-об'єктну дію, експліцитно представлену у вербальному компоненті ЖВВ:

#3

[*I was just trying to find it on my Instagram*] [13]

Жест #3 належить М. Сайрус і виконується синхронно з говорінням; він відноситься до словосполучення *find it on my Instagram*, де займенник *it* замінює іменник *picture*. Йдеться про фотографію, яку М. Сайрус шукала у своєму профілі у додатку Instagram, але не змогла знайти. Жест #3 має такий вигляд: лівою рукою, розташованою перед собою на рівні тулуба, М. Сайрус ніби тримає певний об'єкт, ймовірно, електронний пристрій, який вона використовувала для пошуків фотографії.

У наведеному прикладі жест фактично відтворює не атрибути об'єкта (хоча ми отримуємо уявлення про його розмір та форму, оскільки він поміщається у долоні), а фізичну дію, пов'язану з його використанням: зазвичай людина, яка використовує електронний пристрій для пошуку фотографії в Instagram, тримає цей пристрій в руках.

Наступні кілька прикладів іконічних ЖВВ виокремлено із інтерв'ю Дж. Феллона з Бараком Обамою. Запросивши на інтерв'ю президента, ведучий Дж. Феллон починає бесіду із розповіді про їх першу зустріч, яка обернулася кумедною ситуацією. Дж. Феллон отримав запрошення на барбекю й прийшов туди у костюмі й краватці, бажаючи справити гарне враження на президента та першу леді, у той час як усі інші гості були вдягнені у шорти й футболки. У результаті ведучий опинився у незручному становищі та, відверто кажучи, мав безглуздий вигляд.

Наведене нижче ЖВВ містить раціональні іконічні жести Дж. Феллона, які зображують об'єкт референції, експліцитно представлений у вербальному компоненті ЖВВ:

#4

#5

[*And I looked at you, and you had a short-sleeved shirt and khakis on.*] [13]

Слова ведучого *a short-sleeved shirt* супроводжуються жестом-ілюстрацією: правою рукою на своїй лівій руці він показує довжину короткого рукава сорочки (іконічне ЖВВ). Коли ведучий згадає штани (*khakis*), у які був вдягнений президент того дня, він виконує такий жест: погляд спрямовано вниз, зігнуті пальці обох рук – вниз, а потім знизу догори. Цей жест нагадує зображення процесу одягання штанів. У наведеному ЖВВ іконічний жест #4 репрезентує експліцитно представлений у вербальному компоненті референт *a short-sleeved shirt* через зображення такого його атрибуту, як довжина рукава, а іконічний жест #5 відсилає до експліцитно вираженого референта *khakis* через зображення асоційованої із ним дії.

Два наступні приклади містять ЖВВ, де жест зображує суб'єктно-об'єктну дію, експліцитно виражену вербальним компонентом:

#6

[*Took my tie. Loosened my tie.*] [13]

Висловлення належить Дж. Феллону, який описує і зображує дії Мішель, яка, опікуючись гостем, що почувався дискомфортом та страждав від спеки, послабила його затягнуту краватку (жест #6).

#7

[*They took the picture and they escorted me out*] [13]

Дейктичним жестом рукою ведучий вказує на себе, а потім обома руками виконує різкий жест у напрямку від себе, таким чином додаючи ілюстрацію експліцитно представленої суб'єктно-об'єктної дії (*they escorted me out*).

У наступних двох прикладах іконічні жести зображують подію, яка подана у вербальному компоненті ЖБВ імпліцитно:

#8

[*Like, do I say, «Hello, First Lady, Mrs.Obama. / Mrs.Obama, First Lady.»*] [13].

Під час інтерв'ю з Б. Обамою Дж. Феллон розповідає, як він готувався та уявляв собі зустріч із Мішель Обамою. Висловлення супроводжується ілюстративним жестом #8 – ведучий зображує рукоштовпання при знайомстві з дружиною президента. ЖБВ репрезентує референтну подію (знайомство, вітання) через зображення асоційованих з нею дій (рукоштовпання).

#9

[*She goes, «Oh, honey, oh, my gosh, you're so sweaty»*] [13]

Ведучий відтворює подію зустрічі з М. Обамою на барбекю. Вербальне висловлення супроводжується відтворенням її погляду/міміки та виконанням іконічного жесту – ведучий виконує у просторі жест дотику рукою до краватки уявно присутньої людини напроти. Референтну подію зображено через ймовірне місцезнаходження об'єкта (краватки) у просторі та відтворення пов'язаної з ним дії – регулювання затяжки вузла краватки.

Наступні приклади ЖБВ відносимо до метафоричних, оскільки об'єкти референції у цих прикладах належать до абстрактних сутностей. Разом із тим відзначаємо, що об'єкти представлено ілюстративно: через зображення їх атрибутів, дій або просторових відношень, асоційованих з ними.

Продуктування таких жестів спирається на раціональну сферу свідомості – онтологічні знання та уявлення про абстрактні сутності, які належать домену мети, та конкретні сенсорно сприймані сутності (об'єкти, їх атрибути, дії, події), які належать домену джерела і яким й уподібнюються абстрактні сутності (терміни Дж. Лакоффа [6, с. 203]). Відтак вважаємо метафоричні жести семантичними дериватами іконічних. Наприклад:

#10

[*if anyone follows me*] [13].

Жест #10, який належить М. Сайрусу, становить собою ілюстративний жест правою рукою, що зображує експліцитно представлену у вербальному компоненті дію *to follow* – слідувати, йти слідом: обидві руки з відкритими долонями виконують швидкий рух зліва направо і у зворотному напрямі, немовби зображаючи стрімкий рух об'єкта у просторі. Дія, виражена словосполученням *follows me*, передбачає не буквальне слідування за кимось, що звичайно, пов'язано із переміщенням у просторі, а відстеження публікацій М. Сайрусу у додатку Instagram (можливо, йдеться про те, що охочі слідкувати за новинами від М. Сайрусу підписуються на новини її профілю та переглядають її публікації, фото). Відтак зображення фізичної дії – переміщення у просторі вслід за кимось – репрезентує дію віртуальну. Як результат, можна говорити про образ-схемне зображення об'єкта референції.

Слідкування за новинами в Instagram уподібнюється переміщенню фізичного тіла у просторі: РУХ ФІЗИЧНОГО ТІЛА У ПРОСТОРІ є доменом джерела, а СЛІДКУВАННЯ ЗА НОВИ-

НАМИ В INSTAGRAM – доменом мети. Домен мети репрезентований вербально, а домен джерела – жестово. Абстрактність референта та образ-схемність його репрезентації дає змогу класифікувати описаний жест як метафоричний. Акцентуючи увагу на тісному зв'язку іконічного і метафоричного жестів – в обох випадках об'єкт референції зображується, – метафоричний жест #10 у складі ЖБВ вважаємо семантичним дериватом іконічного жесту.

#11

[*I think that was actually the PEAK of awkwardness*] [13]

Жест #11 належить Б. Обама і виконується синхронно із промовлянням слова *PEAK*, на яке падає емпатичний наголос. Жест є ілюстрацією вербального компонента висловлення *peak* – праву руку піднято вгору у вертикальному положенні долонею вниз; зігнуті пальці утворюють кут 90 градусів. Жест зображує характеристику відповідного фізичного об'єкта – найвищої точки / вершини. Проте ця характеристика описує не фізичний, а абстрактний об'єкт, позначений номінацією *awkwardness*, що втілює концепт НЕЗРУЧНІСТЬ.

Йдеться про незручність, спричинену безглуздом виглядом Дж. Феллона на барбекю із президентом. Справа в тому, що висловлення Б. Обама *I think that was actually the PEAK of awkwardness* є відповіддю на запитання Дж. Феллона, чи не доводилося президенту опинятися в інших подібних ситуаціях, коли люди під час зустрічі з ним потрапляли б у таке незручне становище. Б. Обама характеризує ситуацію з Дж. Феллоном як «пік незручності». Відтак НЕЗРУЧНІСТЬ уподібнюється ФІЗИЧНОМУ ОБ'ЄКТУ (ймовірно, ГОРІ, яка має ВЕРШИНУ). Описаний жест характеризуємо як метафоричний дериват іконічного жесту, оскільки він є зображенням абстрактного атрибута, а не конкретного об'єкта, і спирається на образ-схему ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ. Описана метафора стоїть в одному ряді з «класичними» концептуальними метафорами Дж. Лакоффа і М. Джонсона, такими як ПОДІЯ/ДІЯ/ЗАНЯТТЯ/СТАН є ОБ'ЄКТ [7, с. 54].

#12a

#12b

[*I think you actually said ALL of them*] [13]

Жести #12a, #12b належать президенту Обама й ілюструють вербальний компонент *ALL of them*, референтом якого є слова вітання Дж. Феллона, сказані М. Обама під час зустрічі (ведучий перебрав багато вітальних слів і вгавав, які з них будуть доречнішими): розкриті долоні одна напроти одної ніби тримають об'єкт; далі мовець розташовує долоні на більшій відстані одна від одної, ніби розширюючи межі об'єкта і таким чином ілюструючи, що Дж. Феллон озвучив усі можливі варіанти вітання. Відтак описаний жест у складі ЖБВ є втіленням метафори СЛОВО/ДУМКА є ОБ'ЄКТ ВСЕРЕДИНИ КОНТЕЙНЕРА, яка спирається на образ-схему КОНТЕЙНЕР. Домен мети представлений вербально, а домен джерела – жестово.

Подібні метафори описані М. Редді, який довів на прикладах, що мовні засоби англійської мови, які описують процеси комунікації, базуються на таких комплексних метафорах: ІДЕЇ (або ЗНАЧЕННЯ) є ОБ'ЄКТИ, МОВНІ ВИРАЗИ є КОНТЕЙНЕРИ, КОМУНІКАЦІЯ є ПОСЛАННЯ. Мовець втілює ідеї (об'єкти) у слова (контейнери) та відправляє їх (по каналу зв'язку) співрозмовнику, який вилучає ідеї (об'єкти) зі слів (контейнерів). Метафори отримали назву метафор каналу зв'язку [12]. У наведеному прикладі контейнер, що містить багато об'єктів, розширює свої межі. Іконічна основа ЖБВ полягає у зображенні СЛІВ/ДУМОК як ОБ'ЄКТІВ, ЯКІ ВИЧЛЕНОВУЮТЬСЯ у ПРОСТОРІ і ГРУПУЮТЬСЯ за певними ознаками.

Висновки. Відмежування іконічних жестово-вербальних висловлень від метафоричних ґрунтується на приналежності об'єктів референції до конкретних (фізичних) або абстрактних і, відповідно, на реалістичному або образ-схемному зображенні об'єктів референції. Спільним атрибутом іконічних і метафоричних жестів у структурі жестово-вербальних висловлень є ілюстративність: об'єкти референції подано за допомогою зображення їх атрибутів, асоційованих із ними дій, подій тощо. На цій підставі вважаємо метафоричні жести семантичними дериватами іконічних.

У перспективі вважаємо за необхідне дослідити більший корпус матеріалу з метою уточнення класифікаційних ознак жестово-вербальних висловлень різних типів і детальнішого визначення сутності вербально-жестової метафори.

Література:

- Максименко О.В. Когнітивна класифікація жестово-вербальних висловлень (на матеріалі американського розважального телеінтерв'ю) / О.В. Максименко, А.П. Мартинюк // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна, 2016. – Вип. 84. – С. 6–16.
- Мартинюк А.П. Когнітивно-комунікативна лінгвістика: в пошуках базових принципів і методик аналізу / А.П. Мартинюк // Когніція, комунікація, дискурс. – Харків: Харківський нац. ун-т імені В.Н. Каразіна, 2016. – № 12. – С. 17–35.
- Никитин М.В. Основания когнитивной семантики: [учебное пособие] / М.В. Никитин. – СПб.: Изд-во РГПУ, 2003. – 277 с.
- Cienki A. Metaphor, gesture, and thought / A. Cienki, C. Müller // The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – P. 483–501.
- Kelly S.D. Gesture gives a hand to language and learning: perspectives from cognitive neuroscience, developmental psychology and education / S.D. Kelly, S.M. Manning, S. Rodak. – Germany: The University of Trier // Language and Linguistics Compass. – 2008. – Vol. 2 (4). – P. 569–588.
- Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought / [ed. A. Ortony]. – Cambridge: CUP, 1993. – P. 202–251.
- Lakoff G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago, IL: University of Chicago Press, 2003. – 276 p.
- McNeill D. Hand and mind: What Gestures Reveal about Thought / D. McNeill. – Chicago, IL: University of Chicago Press, 1992. – 416 p.
- McNeill D. Gesture and thought. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2005. – 328 p.
- McNeill D. Right brain and gesture / D. McNeill, L. L. Pedelty // Language, gesture, and space / [Eds. Karen Emmorey and Judy S. Reilly]. – Hillsdale, NJ, England: Lawrence Erlbaum Associates, 1995. – P. 63–85.
- Pierce C.S. The collected papers. Volume 2 / C.S. Pierce / [Eds. Charles Hartshorne and Paul Weiss]. – Cambridge M. A.: Harvard Un-ty Press, 1931–1936. – P. 254–263.
- Reddy, M.J. The conduit metaphor: A case of frame conflict in our language about language. [Electronic resource] – Access: <http://www.reddyworks.com>
- The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Electronic resource] – Access: <https://www.youtube.com/user/latenight>.

Максименко Е. В. Когнитивные характеристики иконических и метафорических жестово-вербальных высказываний (на материале американского развлекательного телеинтервью)

Аннотация. В статье определены особенности функционирования иконических и метафорических жестово-вербальных высказываний в спонтанной коммуникации с учетом когнитивных оснований коммуникативной деятельности. Выявлены общие и дифференциальные черты иконических и метафорических жестово-вербальных высказываний и установлено, как осуществляется распределение информации между жестовым и вербальным компонентами иконических и метафорических жестово-вербальных высказываний.

Ключевые слова: жестово-вербальное высказывание, иконический жест, коммуникация, метафорический жест.

Maksymenko O. Cognitive characteristics of iconic and metaphoric gesture-verbal utterances (based on the American entertaining television interview)

Summary. The article defines functional features of iconic and metaphoric gesture-verbal utterances in the process of on-line communication, taking into account cognitive grounds of communication activities. It brings to light shared and specific features of iconic and metaphoric gesture-verbal utterances. It also considers the distribution of information between gesture and verbal components of iconic and metaphoric gesture-verbal utterances.

Key words: communication, gesture-verbal utterance, iconic gesture, metaphoric gesture.

Матвієнків О. С.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка

ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКІ ОЗНАКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ ДОБИ ПОСТМОДЕРНУ

Анотація. У статті розглядаються індивідуально-авторські ознаки фразеологічних одиниць у художньому тексті доби постмодерну. Аналіз художніх творів дав можливість виокремити п'ять основних типів семантичної трансформації ФО: розширення компонентного складу ФО, скорочення компонентного складу ФО, заміна компонентів ФО, певні граматичні конфігурації усередині ФО, контекстуальне переосмислення ФО.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, художній текст, okazіональний фразеологізм, узуальний фразеологізм, семантична трансформація, контекст.

Постановка проблеми. Фразеологія має широке застосування у художній літературі. Мова художнього твору з лінгвістичного погляду становить органічну єдність широкого спектра засобів вираження, серед яких помітне місце належить фразеологічним одиницям. Англomовний художній текст доби постмодерну розкриває індивідуально-творчу манеру автора і дає йому необмежені можливості відбирати, комбінувати, а також створювати нові виразові засоби, до яких належать контекстуально перетворені фразеологічні одиниці (далі ФО).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фразеологічні одиниці були предметом спеціальних досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, таких як Н.Н. Амосова, Я.А. Баран, М.В. Гамзюк, Ю.В. Джолос, Б.Г. Лабінська, А.В. Кунін, І.В. Тимченко, І.І. Чернишова, М.М. Шанський, Л.П. Сміт, У. Дж. Болл, Ч.Ф. Хоккет, А. Маккай та ін. Зокрема, увага дослідників прикута до вивчення фразеологічних трансформацій у художньому дискурсі (В.В. Бойченко, А.М. Григораш, Л.Б. Давиденко, З.М. Коршунова, Н.Г. Лисецька, О.Ю. Машина, Т.П. Свердан, А.Ш. Тарвердян, Л.Ф. Щербачук, С.Б. Пташник, Н.Г. Скиба, L. Jaeger, S.T. Gries, T. Herbst, S. Faulhaber, P. Uhrig, J. Sinclair, A. Stefanowitsch та ін.), дослідження котрих проведено на матеріалі різних мов у різноманітних художніх текстах.

Метою статті є дослідження індивідуально-авторських ознак ФО у художньому тексті доби постмодерну.

Виклад основного матеріалу. У різноманітних комунікативних сферах сьогодення поширеним засобом вираження думки є фразеологічна одиниця, якій також приділяється належна увага під час аналізу англomовного художнього тексту (А.Г. Баранов [1], Е.Г. Беляєвська [2], Л.Б. Давиденко [3], В.Г. Дідковська [4], Д.О. Добровольський [5], Н.В. Єрохіна [6], А.М. Мелерович [7], Н.А. Павлова [8], А.П. Супрун [9], Н. Burger [10], Е. Ellin-Elmakis [11] та ін.).

Особливості функціонування ФО у художньому тексті доби постмодерну та їх структурно-семантичні трансформації визначаються як різновидом самої стійкої словосполучки, так і комунікативними та прагматичними індивідуально-авторськими настановами, що мають на меті вплив на свідомість потен-

ційного читача. Видозмінені письменником фразеологічні одиниці (своєрідне ідіоматичне переосмислення [12]), як узвичасні у вигляді узуальних варіантів, так і okazіональні трансформації, є одним із дієвих засобів організації англomовного художнього тексту доби постмодерну, що забезпечують його зв'язність та структурно-смыслову цілісність.

З-поміж індивідуально-авторських видозмін ФО – варіацій, модифікацій та трансформацій – саме фразеологічна трансформація, що є формою структурно-семантичного перетворення стійких словосполучень, дає змогу максимально підвищити інформативність тексту через розширення діапазону своїх функційних можливостей [13, с. 17; 14, с. 28]. Словом, трансформації, за нашими спостереженнями, будучи усвідомленими змінами структурно-семантичного характеру, визначаються багатьма чинниками: світоглядом й обізнаністю автора, прагматичними настановами твору, ідіостилем письменника, потребою додаткових смыслових нашарувань. Унаслідок актуалізації фразеологізму в контекстуальних умовах його узуальне значення починає виявлятися абстрактніше, підкреслюються або виявляються нові семантичні і стилістичні відтінки цього значення, фразеологізм просто наповнюється новим змістом.

У проаналізованих нами художніх творах британських авторів (М. Атвуд «The Blind Assassin», М. Атвуд «Cat's Eye», К. Аткинсон «Emotionally Weird», М. Баттлет «The Dream Catcher», С. Ботепс «Fingersmith», Дж. Майерсон «Something Might Happen», Е. МакНемі «The Blue Tango», М. Сорн «Pictures of You», П. Тайлз «Enemy Women», Б. Тейлор Бредфорд «Where You Belong») це не тільки спосіб лінійного розгортання тексту, а й визначальна риса творчої манери письменників, провідна ознака їхнього ідіостилу.

Дослідження текстів англomовних художніх творів доби постмодерну уможливило виокремлення п'яти основних видів семантичних зрушень (а також численні випадки їхньої взаємодії). Вони ґрунтуються на:

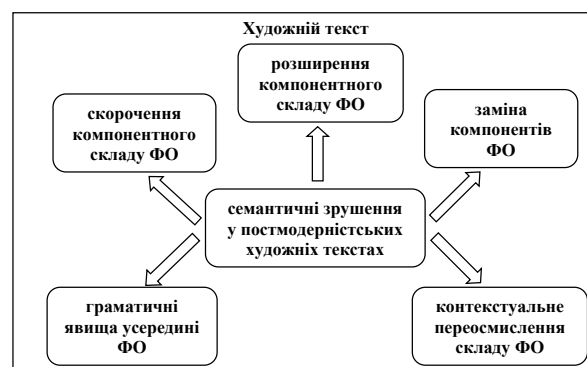


Рис. 1. Семантичні конфігурації ФО у художньому тексті

а) розширенні компонентного складу ФО. Для прикладу: *give a shiver* [здрігнути] → [15, с. 395] → *gives a little shiver* [трохи здрігнулася] → [16, с. 244], *to draw attention* [притягати, привертати увагу] → [15, с. 287] → *had drawn too much attention to himself* [привернув надто багато уваги до себе] → [17, с. 188], *to give a laugh* [засміятися] → [15, с. 392] → *gave a small, embarrassed laugh* [трохи збентежено засміявся] → [18, с. 4], *to fall asleep* [заснути] → [15, с. 316] → *fell even more deeply asleep* [заснула навіть ще міцніше] → [19, с. 241], *to take a breath* [вдихнути; зітхнути] → [15, с. 909] → *took a deep breath* [глибоко вдихнула] → [18, с. 74];

б) скороченні компонентного складу ФО. Для прикладу: *to take the chip off one's shoulder* [перестати поводитись визивно, задирливо] → [15, с. 924] → *take the chip off...* [перестань поводитись визивно, задирливо] → [18, с. 371], *to give smb. a helping hand* [простягнути комусь руку допомоги] → [15, с. 174] → *give me a... hand* [простягніть мені руку] → [18, с. 80], *to have the nerve to do something* [1] мати нахабство, зухвалість зробити (або сказати) щось; 2) мати мужність, хоробрість зробити (або сказати) щось → [15, с. 480] → *he didn't have the nerve...* [не мав нахабства, зухвалості] → [18, с. 397], *to have (one) on a line* [1] поглузувати з когось, пожартувати; морочити голову (комусь); 2) цілком підкорити собі (когось); = вести на повідку (когось); 3) тримати у стані невідомості, непокою → [15, с. 472] → *he's having you on...* (ОФ) [він глузує з тебе] → [20, с. 124];

в) заміні компонентів ФО. Для прикладу: *to draw (one) into a discussion* [втягувати в дискусію (когось)] → [15, с. 287] → *to draw them into conversations* [втягувати їх в розмову] → [21, с. 243], *to attract attention* [притягати, привертати увагу] → [15, с. 55] → *call attention* [привертають увагу] → [21, с. 326], *to burst out crying* [розплакатися, залитися сльозами] → [15, с. 176] → *burst out weeping* [розридалася] → [22, с. 534], *to be on edge* [хвилюватися, почувати себе дуже неспокійно, бути в стані нервового збудження; = сидіти, як на розпеченому вугіллі, як на жару, на голках] → [15, с. 106] → *was putting her on edge* (ОФ) [приводила її в стан нервового збудження] → [18, с. 279];

г) певних граматичних конфігураціях усередині ФО. Наприклад: *to have a (або one's) finger in every pie* [втручатися в чужі справи, лізти в чужі справи; скрізь сунути носа] → [15, с. 456] → *had his fingers in the pie* [втручався в чужі справи] → [17, с. 68-69], *to jump through a hoop* [виконувати складні маніпуляції, = стояти на задніх лапках] → [15, с. 563] → *hoops to jump through* [складні маніпуляції, які потрібно виконувати] → [18, с. 439], *to take a picture* [фотографувати] → [15, с. 911] → *he's taking our pictures* (ОФ) [він фотографує нас] → [21, с. 350], *to make money* [заробляти гроші; створювати собі багатство] → [15, с. 650] → *the making of money* [заробляння грошей] → [22, с. 361];

д) контекстуальному переосмисленні ФО. Для прикладу: *These wards were filled with derelicts: old women with dementia, impecunious veterans down on their luck, noiseless men with tertiary syphilis and the like. Nurses were in short supply in these realms, and soon Laura was setting her hand to tasks that were strictly speaking none of her business. Bedpans and vomit did not throw for a loop, it appeared, nor did the swearing and raving and general carryings-on. This was not the situation Winifred had intended, but pretty soon it was the one we were stuck with.*

The nurses thought Laura was an angel (or some of them did; others simply thought she was in the way [23, p. 514-515];

ФО *to set one's hand to something* [взятися за щось, прикласти руку до чогось] → [15, с. 851];

ФО *to throw (one) for a loss* [1] поставити в безвихідь; 2) затирати когось; 3) здобути перемогу над кимсь → [15, с. 946];

ФО *to be in the way* [1] заважати, перешкоджати, стояти на перешкоді; 2) підк. бути на своєму місці, там, де треба; бути поблизу, під рукою] → [15, с. 99].

After she'd accomplished what she'd set out to do, Laura stopped going to Elwood Murray's office. She gave him no reason, and no warning. I felt this was clumsy of her, and indeed it was, because Elwood felt slighted. He tried to find out from Reenie if Laura was ill, but all Reenie would say was that Laura must have changed her mind about photography. She was full of ideas, that girl; she always had some bee in her bonnet, and now she must have a different one [23, p. 238];

ФО *to change one's mind* [передумати, перевірити, змінити своє рішення або намір] → [15, с. 209];

ФО *to have a bee in one's bonnet* [бути диваком, оригіналом; схибити на чомусь] → [15, с. 445].

Andrew Denning had enjoyed an extremely successful career as an architect in New York, and he had had an extraordinary eye for beautiful buildings, whether modern or ancient. In particular, he had been an admirer of the cathedrals of Europe, forever marveling at their majesty and grandeur, the soaring power inherent in them and in their design and structure. And so whenever he came to visit me in Paris he made a point of taking me on excursions to see some of his favourites... [24, p. 32];

ФО *to have an eye for something* [1] бути знавцем чогось; цінувати щось; 2) мати гостре око; бути спостережливим; 3) звертати особливу увагу; мати постійно на увазі; піклуватися про (когось, щось); доглядати за (кимось...) → [15, с. 461];

ФО *to make a point of something* [1] наполягати на чомусь (як найбільш істотному), вважати щось важливим, основним, поставити собі за мету, вважати своїм обов'язком; 2) старатися не пропустити нагоди] → [15, с. 642].

I test the tip of mine against the roof of my mouth and feel numbness in place of pain. The new scar tissue gives it an awkward thickness that blurs the edges of my words, and also takes away the flavour of my food. I still eat, though. Quantity, the sleepy taut pleasure that a full stomach gives, more than compensates for the loss of the sweetest and fullest tastes. All the extra fuel inside me bitter than I have even been in my life. I think I could easily walk all day. Even now, although we have been scrambling for half an hour up this slope of broken rock, I am hardly out of breath [25, p. 277];

ФО *to be out of breath* [задохатися, захекатися] → [15, с. 116].

Висновки. Наведені фрагменти доказово підтверджують основну тезу дослідження про те, що ФО виявляє себе не тільки через узуальне значення, а й через систему змінних або повторюваних у певних дискурсних ситуаціях смислів і за допомогою позиції ФО в реченні/висловленні/дискурсі, через обсяг семантичних відносин цієї одиниці з іншими (наявність/відсутність синонімів і антонімів), через сполучувані можливості ФО, зокрема через можливість структурувати сегменти речення/висловлення/дискурсу з одиницями, близькими за значенням або протиставленими (щодо такого контексту).

У подальшій роботі вважається доцільним використовувати розроблену методику аналізу ФО для виявлення специфіки їх функціонування у текстах різних функціональних стилів.

Література:

1. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста / А.Г. Баранов. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростов. гос. ун-та, 1993. – 182 с.
2. Беляевская Е.Г. Оценочная вариативность семантики слов и фразеологизмов в контексте // Английская фразеология в функциональном аспекте : Сб. науч. тр. МГПИИЯ. – Вып. 336. – М. : Московский гос. ин-т ин. языков, 1989. – С. 20–32.
3. Давиденко Л.Б. Синтаксичні функції і структурно-семантичні модифікації фразеологічних одиниць : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 / Давиденко Л.Б. – К., 1992. – 23 с.
4. Дидковская В.Г. Семантическая типология фразеологических сочетаний // Семантика языковых единиц : Доклады VI Международной конференции. – М., 1998. – Т.1. – С. 245–248.
5. Добровольский Д.О. Основы структурного типологического анализа фразеологии современных германских языков : автореф. дис. на соискание учен. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 / Д.О. Добровольский. – М. : МГУИЯ им. М. Тореца, 1990. – 41 с.
6. Ерохина Н.В. Структура и функции идиом: (на материале субстантивных устойчивых словосочетаний и сложных существительных англ. яз.) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / Н.В. Ерохина; Самар. гос. пед. ун-т – Самара, 1999. – 24 с.
7. Мелерович А.М. Семантическая структура фразеологических единиц в современном русском языке как лингвистическая проблема : автореф. дис. на соискание учен. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.01 / Мелерович А.М. – Л., 1982. – 40 с.
8. Павлова Н.А. Семантизация фразеологической единицы в контексте словарной статьи (на материале одноязычных учебных словарей) // Фразеология и контекст : Сб. науч. тр. / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореца, 1982. – Вып. 198. – С. 126–137.
9. Супрун А.П. Семантико-стилістичні особливості фразеологічних одиниць (на матеріалі поетичних творів Максима Рильського) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Супрун Алла Петрівна. – Миколаїв, 1999. – 302 с.
10. Burger H. Normative Aspekte der Phraseologie. – Tübingen : Niemeyer, 1987. – 110 S.
11. Ellin-Elmakiss E. Catching On to American Idioms. – Ann Arbor : University of Michigan Press, cop., 1993. – 253 p.
12. Wulff, S. Rethinking Idiomaticity: A Usage-based Approach. – London / New York : Continuum Press, 2008. – 270 p.
13. Гусейнова Т.С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии : на материале центральных газет 1990–1996 гг. : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Гусейнова Татьяна Султанзиевна. – Махачкала, 1997. – 188 с.
14. Свердан Т.П. Усічення як тип структурно-семантичного варіювання і спосіб трансформації у фразеології : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Свердан Тетяна Петрівна ; Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці, 2003. – 267 с.
15. Баранцев К.Т. Англо-український фразеологічний словник. – К. : Знання, 2005. – 1056 с.
16. Atkinson K. Emotionally Weird. – London : A black Swan book, 2001. – 402 p.
17. McNamee E. The Blue Tango. – London : Faber and Faber Limited, 2002. – 265p.
18. Barrett M. The Dream Catcher. – London : Warner Books, 2002. – 440 p.
19. Tiles P. Enemy Women. – London : Fourth Estate, 2003. – 229 p.
20. Myerson J. Something Might Happen. – London : Jonathan Cape, 2003. – 328 p.
21. Atwood M. Cat's Eye. – London : VIRAGO PRESS, 1990. – 421 p.
22. Waters S. Fingersmith. – London : Virago Press, 2003. – 548 p.
23. Atwood M. The Blind Assassin. – London : Virago Press, 2001. – 641 p.
24. Taylor Bradford B. Where You Belong. – London : Harper Collins Publishers, 200. – 472 p.
25. Thomas R. The Potter's House. – London : Arrow Books, 2002. – 486 p.

Матвиенкив О. С. Индивидуально-авторские признаки фразеологических единиц в художественном тексте эпохи постмодерна

Аннотация. В статье рассматриваются индивидуально-авторские признаки фразеологических единиц в художественном тексте эпохи постмодерна. Анализ художественных произведений позволил выделить пять главных типов семантической трансформации ФО, таких как расширение компонентного состава ФО, сокращение компонентного состава ФО, замена компонентов ФО, определенные грамматические конфигурации внутри ФО, контекстуальное переосмысление ФО.

Ключевые слова: фразеологическая единица, художественный текст, окказиональный фразеологизм, узуальный фразеологизм, семантическая трансформация, контекст.

Matviienkiv O. Individual authorial features of phraseological units in the fictional work of postmodern era

Summary. The article deals with individual authorial features of phraseological units in the fictional work of postmodern era. Analysis of postmodern fiction enabled us to single out five main types of semantic shifts of a phraseological unit: extension of the component structure of a phraseological unit; reducing of the component structure of a phraseological unit; replacement of components of a phraseological unit; certain grammatical phenomena within a phraseological unit; contextual rethinking of a phraseological unit.

Key words: phraseological unit, fictional work, occasional phraseological unit, general phraseological unit, semantic transformations, context.

Монастирська Л. В.,
старший викладач кафедри філології, перекладу та мовної комунікації
Національної академії Національної гвардії України

РОЛІ Й МАСКИ В КОМУНІКАТИВНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АДВОКАТА

Анотація. У статті подано огляд ролей і масок, які реалізуються у комунікативній діяльності адвоката під час судового процесу та визначають особливості мовленнєвої поведінки, впливають на вибір комунікативних стратегій і тактик. На основі аналізу художніх фільмів США виділено типи функціональних ролей у комунікативній діяльності адвоката.

Ключові слова: комунікативна діяльність, функціональна роль, комунікативна діяльність адвоката, ролі, маски.

Постановка проблеми. Дослідження проблеми комунікативної діяльності, яке почалося ще у XX столітті й активно продовжується у XXI-му, привело до необхідності виявлення специфіки названого феномена у професійному вимірі. Адже на перебіг реального спілкування людей, безумовно, впливають різноманітні чинники, зокрема когнітивні, соціальні, психологічні та інші сутнісні риси та статуси комунікантів; їх плінні, змінні у часі стани; конкретні умови комунікації (визначені контексти і ситуації) тощо [3, с. 202]. Таким чином, комунікативна діяльність повинна розглядатися принаймні не у відриві від соціальної діяльності людини. На аналіз цього питання зорієнтована і тема нашої роботи, що свідчить про її актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознайомлення із теоретичними джерелами за темою дослідження засвідчило, що на тлі низки глибоко вивчених питань існують прогалини, які потребують осмислення і всебічного опису. Так, у працях Є.М. Верещагіна, Ю.М. Караулова, В.І. Карасика, С.А. Сухих створені передумови для формування моделі аналізу комунікативної діяльності адвоката, а надбання у царині прагматичної лінгвістики, зокрема розроблення питання про комунікативні стратегії і тактики, подане у працях В.З. Дем'янова, Т. А. ван Дейка, О.С. Іссерс, можуть бути використані під час вибору напрямів дослідження стратегічного потенціалу комунікативної діяльності адвоката. Проте питання про комунікативну діяльність окремих професій вичерпно ще не з'ясоване. Ця стаття присвячена дослідженню ролей і масок у комунікативній діяльності адвоката, які реалізуються професійними учасниками судового засідання (а саме адвокатом та обвинувачем) під час судового процесу.

Мета статті – виявити, які ролі й маски найчастіше реалізуються адвокатом під час судового процесу.

Виклад основного матеріалу. Загальна теорія діяльності може бути стратегічною схемою, де гідне місце посідають взаємодія і комунікація. У нашій статті поняття комунікативної діяльності інтерпретується як «дії, що змінюють ситуацію таким чином, як не може відбутися саме по собі, або перешкоджають змінам у ситуації, які відбуваються самі по собі [2; 6], проте розбіжності не є принциповими і більше стосуються форми вираження думки, ніж її сутності» [2, с. 54].

Змістове наповнення комунікативної діяльності аналізується у працях Л. Пелепейченко. Дослідниця визначає, що кому-

нікативна діяльність здійснюється суб'єктом через опанування (набуття) комунікативних умінь, здатностей, які становлять зміст усної та письмової комунікації, перцепції та інтеракції. Комунікативні уміння (здібності), за Л. Пелепейченко, зумовлені потребою в усному або письмовому переданні інформації, перцептивні – потребою у розумінні іншого суб'єкта, інтерактивні – потребою у взаємодії з оточенням. Таким чином, Л. Пелепейченко зміст комунікативної діяльності трактує для комунікативної складової як можливість (здатність) передавати та отримувати інформацію (через діалогічне спілкування або за допомогою письма), її адекватно розуміти. Для перцептивної – як можливість (здатність) розуміти причини певної поведінки оточення, рефлексію (самоусвідомлення), емпатію, створення образу партнера з комунікативної діяльності. Для інтерактивної – як здатність до соціально-комунікативного контролю, контролю поведінки, адекватної комунікативної поведінки [6].

Засоби комунікації можна розділити на вербальні та невербальні. Вербальні компоненти визначаються як засоби мовного коду, тобто слова, словосполучення, речення (повідомлення), тексти, за допомогою яких передається інформація [6]. Вербальні засоби комунікації утворюють знакову систему, найменшою предметно-значущою одиницею якої є слово (вислів), поєднане з іншими лексемами за правилами цієї знакової системи. У своїй сукупності слова, вислови є засобом розуміння думки мовця й водночас засобом аперцепції (сприйняття на основі свого життєвого досвіду) змісту його думки [6].

Як і кожному виду комунікативної діяльності, професійному спілкуванню юриста притаманні свої особливі риси.

По-перше, професійне спілкування юристів носить офіційний характер. Таке спілкування суворо регламентовано, має певні рамки, обмеження, встановлені законом. Це значною мірою впливає на самих учасників спілкування. Найчастіше адвокат не обирає, з ким спілкуватися, оскільки клієнти можуть відноситися до різних соціальних, вікових, національних груп. З іншого боку, адвокат має деякі владні повноваженнями і може чинити психологічний вплив на свого співрозмовника.

По-друге, причини для спілкування досить специфічні й відрізняються від інших видів комунікації. Переважним чином вони зводяться до роботи із правопорушниками, підозрюваними, свідками у складних умовах. Ця обставина визначає саму ситуацію, поведінку її учасників. Ситуація спілкування може стати конфліктною, оскільки цілі, які переслідує кожна зі сторін, можуть дуже відрізнятися. При цьому психічний, емоційний стан учасників постійно змінюється. Часто їм притаманна нервова напруга або агресія.

Із цієї причини вміння встановити контакт зі співрозмовником, збудувати довірливі відносини, певну лінію поведінки стає необхідною особистісною якістю у роботі адвоката.

Комунікативна ситуація суду являє собою мовленнєву взаємодію учасників судово-процесуальної діяльності, спрямованої на розв'язання правового конфлікту, який виник між двома

сторонами. За кожним учасником судової комунікації закріплена соціальна роль – адвоката, прокурора, свідка, судді чи присяжного, яка визначає вибір стратегій і тактики у судовому дискурсі.

Мовний акт є результатом використання певних технологій і технік як мовного, так і позамовного порядку. Для переконливих промов характерні техніки винятку, систематизації елементів фігур мови, доведення і градування. Аналізуючи промови адвокатів, необхідно з'ясувати співвідношення й особливості використання названих технік.

Юридична техніка заснована на використанні у мовній практиці одиниць юридичної мови, що спрямовані на тлумачення певної юридичної норми. Особлива майстерність юриста-практика полягає в умінні маніпулювати законом, юридичною термінологією відповідно до суспільних настроїв і соціально-культурних особливостей колективного слухача. Ось чому повинні бути виявлені суспільні настрої і соціальний контекст роботи адвоката.

Визначальною підставою процесу встановлення судової істини через знання у рамках певної промови з метою переконання є ті мовні ролі, які даються всім фігурантам судового процесу. Фактично всі мовні практики юридичного виробництва засновані на тактиках і стратегіях, установлених технікою і технологією переконання, закономірностях і трансформаціях формування ефекту влади та її дієвості на основі певних дискурсів. Саме тому стратегії переконання у суді присяжних репрезентуються як рольова гра, заснована на мовному етикеті, умінні і традиції, в якій головною метою стає встановлення знання судової істини і ліквідація всіх елементів незнання злочину.

Судовий дискурс є інституційним. Це означає, що мовленнєва поведінка його учасників (адвоката, обвинувача, судді) зумовлена соціально прийнятими стереотипами, що склалися у процесі історичного розвитку конкретної країни. Стереотипи визначають вибір формального адресата, мовленнєвих засобів, комунікативних стратегій і тактик, визначаючи загальний процес дискурсу [3].

Глобальною комунікативною метою сторін захисту та звинувачення під час судового процесу є переконання присяжних у власній правоті та в неправоті опонента. Стосовно судового процесу переконання опосередковується законом, який завжди стоїть між учасниками спілкування: усі свої мовні кроки вони ніби зв'язують із законом, правом, моральними цінностями соціуму.

Змістова характеристика комунікативної діяльності адвоката передбачає комунікативну взаємодію, обмін інформацією, передавання знань, думок, переживань через сприйняття та розуміння партнерів із комунікацій та їх взаємовплив. Усе це вимагає від особистості комунікативних знань, умінь, навичок, певного комунікативного досвіду, комунікативних здібностей. Для здійснення комунікативної діяльності суб'єкт комунікативної діяльності (адвокат) повинен володіти комунікативними, інтерактивними, перцептивними вміннями, які сформовані на ґрунті відповідних знань. Таким чином, для успішної комунікативної діяльності необхідно володіти інтерактивними, перцептивними, комунікативними здатностями, які у процесі комунікативної діяльності складно виокремити [6].

О. Леонтєва визначає, що процес комунікативної діяльності адвоката будується як «система актів», кожен із яких – взаємодія двох суб'єктів, двох людей, що мають здібності до комунікативної діяльності. У цьому виявляється діалогічність комунікативної діяльності. Таким чином, діалог – це одини-

ця комунікативної діяльності. Своєю чергою, елементарними одиницями діалогу є дії висловлювання і слухання. Однак у практиці особистість виконує роль не тільки суб'єкта комунікативної діяльності, але й суб'єкта – організатора комунікативної діяльності іншого суб'єкта (особистості, групи людей) [5]. Робота адвоката зводиться до отримання потрібної інформації. Кількість таких завдань в одному акті спілкування може бути необмеженою. Таким чином, можна зробити висновок, що діяльність юриста досить складна, і комунікація у ній відіграє важливу роль.

Обов'язковим складником судового дискурсу є комунікативна ситуація промови-переконання. У науковій літературі щодо ораторської промови функціонує термін «ораторська маска» [2]. Вона є засобом маскування, перевтілення риторика, у результаті якого аудиторія ототожнює його з тим, у кого оратор перевтілюється, з його маскою. Таким чином, у промові вимальовується так званий соціокультурний тип, який є основою для створення маски. Ще в античній риторикі була дана відповідь на питання, чи повинен оратор у промові зливатися з людиною, за яку говорить, іншими словами – входити в роль. Так була створена ораторська маска. Сам термін «авторська (ораторська) маска» вперше було використано в роботах В.В. Виноградова і М.М. Бахтіна, коли дослідження стосувалися проблеми особистості й образу автора (оратора або людини, що говорить). Знову виникла проблема ораторської маски, коли кінець ХХ ст. приніс відродження риторики [2].

У статті вважаємо за доцільне використовувати термін «функціональна роль», оскільки слово «маска» викликає асоціації з бажанням приховати щось від оточення, приховати справжнє обличчя. Виступаючи ж у тих чи інших соціальних або функціональних ролях у судовому процесі, юристи не приховують свої справжні обличчя, а, навпаки, розкривають їх, реалізуючи себе як особистості. Чи є у них маска? Скоріше за все, у адвокатів існує маска законників, яка потрібна для створення ілюзії пошуку істини, хоча справжні наміри у них – виправдати підсудного. Приймати на себе роль психолога або аналітика адвокатам доводиться для успішності впливу на слухачів, і свої ролі вони виконують бездоганно. Функціональна роль – це роль, яку бере на себе юрист з метою переконання або маніпулювання свідомістю слухачів. Маска – це роль, що переслідує приховані цілі.

Функціональна роль розглядається як реалізація у виступі створеного певною культурою типу поведінки. Такий тип має ціннісну позицію і мовні особливості. У промові, як правило, оратор вибирає образ, що складається з декількох ролей (ціннісний ряд із відповідними ораторськими ролями). Це дає змогу представити аудиторії та оцінити дії підсудного з різних позицій, тим самим впливаючи на рішення присяжних. Вивчення саме такої характеристики захисної промови на суді дає змогу виявити ті прийоми, які беруть участь у створенні ефективної переконливої мови. У статті висвітлені такі типи функціональних ролей, як правознавець, захисник, оповідач, громадянин, проповідник, обвинувач, психоаналітик, ображений, впевнений, авторитет, здивований, пророк. Обвинувачі брали на себе функціональні ролі правознавця, оповідача, громадянина і обвинувача. Виходячи з особливостей професійної діяльності адвоката, виокремимо комунікативні якості й уміння, які повинен мати цей фахівець:

– здатність встановити і підтримати психологічний контакт зі співрозмовником;

- уміння долати психологічні й комунікативні бар'єри у процесі спілкування;
- здатність правильно оцінювати ситуацію, що склалася, спілкування, співрозмовника, його особистість, поведінку;
- володіння вербальними і невербальними засобами спілкування, такими як розвинена культура мови, що характеризується правильністю, чіткістю, виразністю, переконливістю; вільне володіння навичками письмової комунікації;
- уважне і шанобливе ставлення до співрозмовника, ввічливість, тактовність, уміння слухати партнера, здатність до емпатії;
- уміння адекватно оцінювати власну поведінку у ситуації спілкування [7].

Висновки. Проаналізувавши тексти із художніх кінофільмів США, можна прийти до висновку, що юристи найчастіше для маніпулятивного впливу використовували функціональні ролі фактологів, правознавців, оповідачів і співчутливих. Улюблені маски адвокатів – маски стороннього об'єктивного оповідача; принципового поборника прав і свобод; а також маски «сразковий громадянин», «патріот».

У якості мовних засобів впливу на аудиторію використовуються всі можливі засоби мови, що забезпечують ефект образності, емоційності, експресивності, емоційної оцінки і роблять виступ виразним і яскравим. Найбільш сприяла створенню емоційної напруженості взаємодія засобів різних рівнів. На синтаксичному рівні – питання, особливо риторичні; паралелізм пропозицій. На лексико-фразеологічному – метафоричні значення слів, фразеологічні звороти, епітети. Юристи часто використовували антитезу і повторення ключових слів.

Отже, основні стратегії маніпулювання – це стратегії функціональних ролей і масок адвоката. Слід зазначити, що один із потужних засобів маніпулятивного впливу на слухачів – створення емоційної напруженості, яка досягається найчастіше за рахунок використання мовних засобів.

Перспективою дослідження проблеми вважаємо виявлення місця комунікативних стратегій маніпулювання у характеристиці мовної особистості адвоката та особливостей використання адвокатами маніпулятивних технологій.

Література:

1. Артюнова Н.Д. Язык и мир человека: [монография] / Н.Д. Артюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. // Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1979. – С. 237–280.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии тактики русской речи / Иссерс О.С. – Омск, 1999. – 284 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик; Науч.-исслед. лаб. «Аксиол. лингвистика». – М. : ГНОЗИС, 2004. – 389 с.
5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность / А.А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
6. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку. Теоретичні засади галузевої комунікації : Монографія / За редакцією докт. філолог. наук, проф. Л.М. Пелепейченко. – Х. : АБВ МВС України, 2009. – 272 с.
7. Сухих С.А. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса / С.А. Сухих, В.В. Зеленская; М-во высш. и спец. образования Р.Ф. – Краснодар : Изд-во Куб. гос. ун-та, 1998. – 159 с.

Монастырева Л. В. Роли и маски в коммуникативной деятельности адвоката

Аннотация. В статье рассмотрен обзор ролей и масок, которые реализуются в коммуникативной деятельности адвоката в ходе судебного процесса, определяют особенности речевого поведения и влияют на выбор коммуникативных стратегий и тактик. На основе анализа художественных фильмов США выделены типы функциональных ролей в коммуникативной деятельности адвоката.

Ключевые слова: коммуникативная деятельность, функциональная роль, коммуникативная деятельность адвоката, роли, маски.

Monastiryova L. Roles and Masks in Communication Activity of a Lawyer

Summary. The review of roles and masks that are made during the communication activity of the lawyer during the trial, and define the peculiarities of language behavior and influence on the choice of communicative strategies and tactics is effectuated. On the basis of the analysis of the US movies, the types of functional roles during the communication activity of the lawyer are assigned.

Key words: communication activity, functional roles, communication activity of the lawyer, roles, masks.

Mykhaylenko V. V.,

Doctor of Philology, Prof., Dept. of Translation and Philology
Ivano-Frankivsk King Danylo Galytskyi University of LawCONGRUENT: INCONGRUENT GENDER NOUNS
IN THE SL AND TL

Summary. The grammatical gender system is not merely a morphological system, but it has also a semantic basis which becomes obvious, particularly, in gender assignment to animate (agent) nouns, where most nouns referring to women are feminine, and those referring to men are masculine. We are planning to start with the gender paradigm in George Orwell's discourse represented by his novel "Animal Farm" and its Ukrainian translation by Ivan Cherniatyskiy. The Source Language refers to our "–" Gender Language classification and the Target Language Ukrainian refers to "+" Gender Language classification aimed to reveal the congruent and incongruent gender-marked nouns denoting domestic animals which form a common gender conceptual system in the speaker's/reader's consciousness.

Key words: grammatical, biological, socio-cultural gender, translation, transformation, differentiation, paradigm, source language, target language, discourse.

INTRODUCTION. There has been a great deal of research on language and gender, despite this proliferation of resources, it is hardly possible to distinguish between "+" Gender Languages and "–" Gender Languages. There must be an extensive corpus analysis on all levels of the language structure but we are planning to start with the gender paradigm in George Orwell's discourse represented by his novel "Animal Farm". The Source Language – English – refers to our "–" Gender Language classification and the Target Language – Ukrainian – refers to "+" Gender Language classification to reveal the congruent and incongruent gender-marked nouns denoting domestic animals which form a common gender conceptual system in the speaker's consciousness. The English noun gender goes back to c. 1300, "kind, sort, class," borrowed from Old French *gendre, genre* "kind, species; character; gender" which developed from the stem of Latin *genus (genitive generis)* "race, stock, family; kind, rank, order; species," also "(male or female) sex," from PIE root **gene-* (see: *genus*). The Latin term was used to translate Aristotle's Greek grammatical term *genos*. The view that grammatical gender mirrors natural gender has been widespread since antiquity and is still evident in the terms "masculine," "feminine," and "neuter" (historically meaning "neither") used to name individual gender distinctions, especially in Indo-European languages [20, p. 192]. Suzanne Romaine maintains Latin ← Greek which goes back to the 15th century when Protagoras divided the two noun classes of Greek in groups tagged by them. She asserts that "the grammatical term is derived from the Latin *genus*, which meant "race" or "kind" and had nothing to do with "sex" [23, p. 67]. Grammatical gender is a noun class system, composed of two or three classes, whose nouns that have human male and female referents tend to be in separate classes. Other nouns that are classified in the same way in the language may not be classed by any correlation with natural sex distinctions. According to Anne Pauwels, languages with a "grammatical gender" system categorize nouns into gender classes on the basis of morphological or phonological features [21, p. 557]. How-

ever, while many linguists believe that a grammatical gender system does not have connection with 'extralinguistic category of sex' Greville G. Corbett acknowledges that grammatical gender system is not merely a morphological system, but it has also a semantic basis which becomes obvious, particularly, in gender assignment to human (agent) nouns, where most nouns referring to women are feminine, and those referring to men are masculine [6].

The view that grammatical gender mirrors natural gender has been widespread since antiquity and is still evident in the terms "masculine," "feminine," and "neuter" (historically meaning "neither") used to label individual gender distinctions, especially in Indo-European.

The gender can be expressed in various ways: finite verbs (subject and object agreement in Ukrainian; noun grammatical flections in Ukrainian; noun gender-marked in English, Ukrainian; noun derivational suffixes in Ukrainian and English (rare cases); adjective grammatical flections in Ukrainian; demonstrative pronouns in Ukrainian; possessive pronouns in English (3-rd person sg.) and Ukrainian; indefinite/quantitative pronouns in Ukrainian; numerals in Ukrainian; question words in Ukrainian [cf. Russian: 2; and German: 19, p. 141f]. The translation of character names and their 'foreignizing' and 'nativizing' will be in focus of another paper [5].

B. Patterson stresses that for some decades of late the term "gender" has been used in different senses: its biological and linguistic interpretation has more frequently been replaced by the socio-cultural one due to the feminist movement [23, p. 57; 28, p. 1–26]. The major point under research is the gender translation strategies [see: 11, p. 132–139]. We would like to reveal the translators' choice of full or partial, or zero translations and the type of marker – either grammatical, or lexical, or syntactical, or semantic, or socio-cultural is given a priority to [see also: 26, p. 468–486]. Grammatical, semantic and socio-cultural genders are entangled in the creation of stereotypes.

The present paper will highlight how the question of gender and translation is approached in various contexts by theoreticians and practitioners in the field of translation. The Source and Target Languages make different distinctions in meaning. The target language may make more or fewer distinctions in meaning than the source language. What one language regards as an important distinction in meaning another language may not perceive as relevant [3, p. 22f.].

STATE OF THE ART. Translation theory and practice need an interdisciplinary approach involving various areas of research: sociolinguistics, pragmatics, literary studies, media studies, semiotics, cultural studies [27] and feminist studies [8, p. 163–164] among others. The question of translating gender and gender in translation has been treated from many points of view [23, p. 61–63]. In spite of the contemporary acknowledgement of the multiple, and not dual, notion of socio-cultural gender, the literature on the subject is dominated by investigation of the male-female distinction. Gender and translation is a very active, increasingly diverse field. One

of the main theoretical assumptions for synergic concepts is rooted in a modified two-level approach to semantics which assumes that there is an intra-linguistic level of abstract semantic representations distinct from the extra-linguistic level of conceptual representations [15, p. 30]. As opposed to this assumption, the one-level theory which is predominant in cognitive and computational linguistics, considers semantic representations as part of the conceptual system. Syntactic representations are directly mapped onto conceptual structures. The two-level theory of semantic interpretation claims that the interpretation of a linguistic expression in a linguistic context involves the construction of a conceptual representation constrained by semantic representation of the expression. As a consequence there is no distinction in principle between genuine linguistic knowledge about meanings and extra-linguistic conceptually encoded knowledge. However, semantic and conceptual representations are distinct levels of mental representation governed by the principles of two separate cognitive modules – linguistic and conceptual knowledge systems.

The traditional conception of translation is that it is not a simple transfer, but the continuation of a process of meaning creation, the circulation of meaning within a contingent network of texts and social discourses. This idea clearly allows translation to be viewed as a form of re-writing within a specific historical, social, and cultural context, a re-writing that always also implicates the translator's subjectivity. It conflates writing with translation and, as a result, challenges the long dominant theory of translation creating some kind of equivalence of fixed meanings.

The grammatical level has long stood in the background of bilingual research, which is dominated by studies concentrating on parallel activation and interaction of the two systems at the semantic level [6] and at the phonological level [for exploration of the cognate facilitation effect, see, for example [6, p. 141–142]. We must answer the question whether representations associated with translation equivalents in a bilingual person's two languages overlap or diverge [see translatability: 20, p. 477–478]. Our corpus analysis of the SL and the TL proves that the speaker of L1 and L2 has a shared conceptual system with common and distinctive features of the languages. Compare: Wendy S. Francis finds the evidence supporting a single, integrated concept view [10, p. 251–267]. Recently, however, several studies have been conducted that address bilingual processing at the grammatical level.

INVESTIGATION. Grammatical gender is a unique lexical-syntactic feature present in some languages that is not deducible from the meaning of the noun [see: 6]. This feature serves to classify the nouns of the language into two or more gender values and is integral in computing agreement. Ukrainian nouns are classified into gender groups according to two features: (a) semantic based on the speakers' language world view; or (b) on the both semantic and formal. The major principle is the correlation of the category of gender and the category of living being (sex and age features, e.g.: English *gander-goose-gosling*, Ukrainian *гусак-гуска-гусеня*: non-living-being). From a semantic point of view G. Corbett classifies English as a language with the pronominal gender system and largely 'covert' noun gender system [6, p. 12, 63]. Accordingly, gender nominations of living-beings and of non-living-beings may be presented as a semantic and a semantic opposition [1, p. 3: 50]. Though, the given classification is debatable for other languages [25, p. 104]. Gender classifications are not water-tight, e.g.: the referent of the lexeme *pig* can be both sexes in the general (or fiction) discourse, in the professional discourse it distinguishes English

boar (male), *sow* (female) and *piglet* 'a small usually young swine' [Merriam-Webster], cf.: Ukrainian *хряк* (male), *льоха* (female) and *порося* (neuter).

The question of the influence of the L1 (Ukrainian) gender upon the L2 (English) gender in the process of learning is important, scholars and instructors must work out certain leverage to avoid negative interference of Ukrainian upon English. In the process of translation from English into Ukrainian it is very important not to anglicize the Target text. We consider that the efficient leverage against negative interference modeling a conceptual system of gender with its further verbalizing in the L1/SL world view and the L2/L1 to reveal common and distinctive features of gender expression and verify their usage in the context or their distributive characteristics. When the gender is revealed by the noun itself here is the case of overt expression, e.g.: *drake::duck:duckling* "качур:качка:каченя", *bull:cow:calf*, "бугай:корова:теля".

There are two covert ways – pronominalization, i.e. the correlation of the noun with the corresponding 3-rd person pronoun singular, e.g.:

Old Major → **Middle White boar** → **Old Major**
→ **he** → **he** → **he**, e.g.:

1. Word had gone round during the day that **old Major**, the prize **Middle White boar**, had had a strange dream on the previous night and wished to communicate it to the other animals. **Old Major** (so **he** was always called, though the name under which **he** had been exhibited was Willingdon Beauty) was so highly regarded on the farm that everyone was quite ready to lose an hour's sleep in order to hear what **he** had to say. "Ще в день розійшлася чутка про те, що старому **Маркові**, премійованому **кнурові** середньої білої породи, останньої ночі приснився дивний сон, та що **він** бажає розповісти про **нього** іншим тваринам. **Старого Марка** (так **його** завжди всі називали, хоч на виставці виступав **він** під іменем «Краса Вілінгдону», так глибоко поважали на хуторі, що кожна тварина радо погодилася втратити годину сну, аби тільки почути **його** слова". Here is a nomination chain with pronominalisation in the SL and the TL [see: 20, p. 437, 463]: **Old Major** → **Middle White boar** → **Old Major** → **he** → **he** → **he** → **Маркові** → **кнурові** → **він** → **нього** → **Старого Марка** → **його** → **він** «Краса Вілінгдону» → **його**.

In languages that are said to have a pronominal gender system, "gender is marked solely on personal pronouns" [20, p. 389]. English has a pronominal gender system based on semantic criteria that is reflected only in personal possessive and reflexive third-person pronouns. The use of *he*, *she* and *it* is determined by simple principles: "male humans are masculine (*he*), female humans are feminine (*she*) and anything else is neuter (*it*)" [6, 1991: 12]. Thus, the following genders can be differentiated: traditional (Feminine, Masculine, Neuter) or Animate, Inanimate and General. Many languages have a predominantly semantic gender assignment system, where assignment of nouns to some genders, or some nouns to genders, is semantically transparent, but there are exceptions for which there is no readily available explanation.

In the discourse structure the English noun gender classification mainly depended on the pronominalisation: the classification motivated by the agreement between antecedent nouns and anaphoric pronouns. In Ukrainian pronominalisation is an additional marker. Marion Kremer writes that in morphosyntactic sense English does not have nominal gender but different sets of 3p.sg. pronouns. Descriptions of gender as a linguistic category in English tend to focus on semantic pronoun agreement ("natural gender") and its "deviations" [16, p.65].

2. After the horses came **Muriel**, the white **goat**, and **Benjamin**, the donkey. **Benjamin** was the oldest animal on the farm, and the worst tempered. **He** seldom talked, and when **he** did, it was usually to make some cynical remark--for instance, **he** would say that God had given him a tail to keep the flies off, but that he would sooner have had no tail and no flies. “За кіньми прийш-ла біла **коза** **Дере́за** із **ослом** **Бенія́міном**. Бенія́мін бу-в найстаршою твариною на хуторі, з найгіршим від усіх настроєм. **Він** зрідка відзива-вся, хіба тільки на те, щоб висловити якесь цинічне заввження; так, наприклад, часто каза-в, що дійсно Господь дав йому хвіст на те, щоб відганятися від мух, але що **він** би бу-в більш рад-ий, коли б **міг** обійтись без хвоста і без мух”.

The property that sets gender apart from other types of noun classification is agreement, the morphological expression on words other than the noun. While languages can mark gender on the noun itself – such systems are called *overt* gender systems – this is not a necessary characteristic. Marking on associated words, however, is required: without agreement, we have no evidence for gender [9] (for a number of key references from the extensive literature on gender agreement). Common places where gender agreement shows up are adjectives, verbs, and pronouns, and many languages also mark gender on articles, numerals, and question words.

The main question was whether the gender information of one language influences the processing or assignment of gender in the other language [25, p. 104]. In all studies the critical manipulation concerned relation between the gender of the target responses and their translation in the other language. In some cases the source language and the target language share the gender characteristics due to the existence of noun equivalents, while in other cases the source language nouns have different genders from their translations. We shall test the SL nouns representing domestic animals and fowls and their translation in the TL as for their gender characteristics either sharing or differing.

Human nouns correlate in language-specific ways with the category of gender, as Marion Kremer points out; fulfilling I. Fodor's condition – the presence of gender at least two sentence elements are required to be brought into agreement by morphological means [9, p. 207], gender undoubtedly exists as a morphosyntactic category in German which does not contradict the argument that noun gender as such is lexically determined [14, p. 64]. Newer studies on pronominalization, especially those with a pragmatic, cognitive and/or feminist orientation have led to further differentiation [6, p. 151]. Mona Baker suggests in her book that a number of languages have gender as a grammatical category, i.e. nouns governing the inflectional forms of various parts of speech. English, it is explained, does not have a grammatical gender but the gender distinction exists in some semantic areas and in the person system. ... In small number of nouns which refer to professions have masculine and feminine forms, with the suffix – ess indicating feminine gender: actor – actress, manager- manageress, steward – stewardess, host – hostess [3, p. 90]. But we believe that the base form (actor, manager, host, steward) are gender-neutral words.

There is no general agreement about the term ‘pronoun’ and its functional subclassification (anaphors vs pronominals, syntactic vs anaphoric referential pronouns vs. deictic referential pronouns, deictic vs. true pronouns proforms, etc. [14, p. 30–31, 37]. The term ‘pronominalization’ is considered debatable, writes Barbara Pettersson [23, p. 58–59]. Following C.Hockett [12], Greville G. Corbett takes the presence/absence of widely understood agreement (phrase agreement, sentence internal agreement and anaphoric relations) as the criterion for presence/absence of grammatical gender

[6]. As a consequence of this approach, pronominal systems of the English type are regarded as semantic systems, the classification motivated by the agreement between antecedent nouns and anaphoric pronouns. An extremely interesting discussion of the notion of equivalence can be found in Mona Baker (1992) who seems to offer a more detailed list of conditions upon which the concept of equivalence can be defined. She explores the notion of equivalence at different levels, in relation to the translation process, including all different aspects of translation and hence putting together the linguistic and the communicative approach.. She gives a definition of the term *word* since it should be remembered that a single word can sometimes be assigned different meanings in different languages and might be regarded as being a more complex unit or morpheme: an important difference between morphemes and words is that a morpheme cannot contain more than one element of meaning and cannot be further analysed. And the translator should pay attention to a number of factors when considering a single word, such as number, gender and tense [3, p. 11–12]. In fact, M. Baker claims that different grammatical structures in the SL and TL may cause remarkable changes in the way the information or message is carried across. These changes may induce the translator either to add or to omit information in the TT because of the lack of particular grammatical devices in the TL itself. There is textual equivalence, when referring to the equivalence between a SL text and a TL text in terms of information and cohesion. Texture is a very important feature in translation since it provides useful guidelines for the comprehension and analysis of the SL which can help the translator in his/her attempt to produce a cohesive and coherent text for the TL audience in a specific context. It is up to the translator to decide whether or not to maintain the cohesive ties as well as the coherence of the SL text. His/her decision will be guided by three main factors, that is, the target audience, the purpose of the translation and the text type.

There is pragmatic equivalence, when referring to implicatures and strategies of avoidance during the translation process. Implicature is not about what is explicitly said but what is implied. Therefore, the translator needs to work out implied meanings in translation in order to get the ST message across. The role of the translator is to recreate the author's intention in another culture in such a way that enables the TC reader to understand it clearly [14, p. 64–65, 247]. In translation of congruent gender nouns we shall follow the traditional exchange of SL nouns and TL nouns which share the common category of gender or using equivalents. In paragraphs A and B we shall consider the retaining of the gender in the process of translation from English into Ukrainian [see “translation equivalence”: 12, p. 77–80;17].

Cockerel (n., M.) → півень (n., M.), e.g.:

3. *When he did appear, he was attended not only by his retinue of dogs but by a black cockerel who marched in front of him and acted as a kind of trumpeter, letting out a loud “cock-a-doodle-doo” before Napoleon spoke.* “Коли він появлявся, супроводив його вже не тільки почет із собак, а й чорний півень, що крокував перед ним і виконував обов'язки сурмача, бо трубив голосне «к у к р і к у» заки Наполеон брав слово”.

Cockerel (n., M.): “young cock,” mid-15c. (late 12c. as a surname), apparently a diminutive of cock (n.1). Despite the form, no evidence that it is from French a young cock (=male chicken). Півень (n., M.): свійський птах з червоним гребенем на голові, пишним хвостом і шпорами на ногах; самець курки [Слв. Укр. м.].

Gander (n., M.) → гусак (n., M.) it must have been but the translator used the other formula, e.g.: Gander (n., M.) → Гуска (n., F)

4. *A gander who had been privy to the plot had confessed his guilt to Squealer and immediately committed suicide by swallowing deadly nightshade berries.* “Далі виступила гуска і посвідчила, що затаїла шість колосків у жнива в минулому році та з’їла їх ніччю”. The translator gives a “free” paraphrasation and substituted male goose for female goose as well as the cause of the gander’s death. He used so-called “domestication” or “nativisation” reflecting the Soviet Russian reality.

Gander: a male goose [Merriam-Webster]. Гусак (n., M.) → [Grammatical gender]

PIG (n., M./F.) → кабан (n., M.), e.g.:

5. *Among them was a small fat pig named Squealer, with very round cheeks, twinkling eyes, nimble movements, and a shrill voice. He was a brilliant talker.* “Найбільш відомий між ними був малий товстий кабан на ім’я Квікун; був він круглощокий і кліпав щораз очима; рухи в нього були меткі, голос-пронизливий. Він був блискучий промовець”. Pig → Squealer → he → he → he → his → Squealer → he → кабан → Квікун → він → нього → він → він → Квікун.

Pig (n., M./F.): the young of swine, young sow or boar; British a male pig; US also hog a large pink, brown, or black farm animal [Cambridge]; hog (chiefly US) - a male pig that has had its sex organs removed and that is raised for meat [Merriam-Webster]. Pig, M./F. Pig, noun M./F. → кабан. Свиня, парнокопитий ссавець родини свинячих. Кабан: самець свині (звичайно кастрований) [Слв. Укр. м.].

We can differentiate congruent gender nouns in the SL and TL, first, when the both nouns share the same gender component gender noun component. Sometimes this transformation is called ‘full’, e.g.:

A. SL NOUN, M. → TL NOUN, M.

Cockerel (n., M.) → півень (n., M.), e.g.:

6. *He had made arrangements with the cockerel to call him three-quarters of an hour earlier in the mornings instead of half an hour.* “Він домовився з півнем, щоб той будив його вранці на три чверті години раніше, а не, як досі, на пів години.” Cockerel (n.M.): “young cock,” mid-15c. (late 12c. as a surname), apparently a diminutive of cock (n.N). (n., M.): свійський птах з червоним гребенем на голові, пишним хвостом і шпорами на ногах; самець курки [Слв. укр. м.].

Cockerel → півень → той.

Gander (n., M.) → гусак (n., M.), e.g.:

7. *A gander who had been privy to the plot had confessed his guilt to Squealer and immediately committed suicide by swallowing deadly nightshade berries.* “Гусак, що був полигачем у цій змові, визнав свою вину перед Квікуном і негайно покінчив самогубством, проковтнувши дев’ять ягід пасльону”.

Gander : a male goose [Merriam-Webster]. Гусак (N.M.): самець гуски [Слв.укр.м.]. Gander → his → гусак → полигач.

Ram (n., M.) → баран (n., M.),

8. Two other sheep confessed to having murdered an old ram, an especially devoted follower of Napoleon, by chasing him round and round a bonfire when he was suffering from a cough. “Дві інші вівці виявили, як погубили душу чорного барана, особливого прихильника Наполеона: помітивши що той слабує на кашель, вони примусили його бігати довкола ватри поки не загнали його на смерть”. Ram → follower → him → he, e.g.:

Ram (n., M.): a male sheep, in domestication one kept for breeding purposes, a tup [Merriam-Webster]. Баран(n.,M.): самець вівці [Слв.укр.м.]. Ram → follower → him → he → баран → прихильника → його.

Boar (n., M.) → boar (n., M.)

Napoleon → boar, e.g.:

9. Napoleon was now a mature boar of twenty-four stone. “Наполеон змінився в дозрілого десятипудового кнур”. Napoleon → boar → Наполеон → кнур

Boar (n., M) → boar (n., M), e.g.:

10. *Napoleon was a large, rather fierce-looking Berkshire boar, the only Berkshire on the farm, not much of a talker, but with a reputation for getting his own way.* “Наполеон був великий, досить лютий на вигляд бакшерський кнур, одинокий бакшерець на хуторі; не дуже то говірливий, зате (така йшла про нього слава) дуже рішучий”. Boar (n., M.): male of the swine, whether wild or tame (but not uncastrated) [Merriam-Webster]. Кнур (n., M.): самець свині [Слв. укр. м.]. Napoleon → boar → Berkshire → talker → Наполеон → кнур → бакшерець.

B. SL NOUN, F. → TL NOUN, F.

11. Mare (n., F.) → кобила (n., F.), e.g.:

At the last moment Mollie, the foolish, pretty white mare who drew Mr. Jones’s trap, came mincing daintily in, chewing at a lump of sugar. “В останню хвилину увійшла, дрібцюючи маніжно, зі шматком цукру в зубах Марічка, дурненька гарна кобила білої масти, що тягала бідку пана Джонса”. Mare (n., F): the female of any equine animal but especially applied to the female of the domestic horse. амка жеребця; лошиця. Кобила- самка жеребця, лошиця [Слв. укр. м.]. Mollie → mare → Марічка → кобила.

In the following paragraphs we shall consider geder shifts under the influence of the context [see also: 23, p.9-28; 33, p.25f.].

C. SL NOUN, (F./M.) → TL NOUN (n., M.)

PIG (n., M./F.) → кабан (n., M.), e.g.:

12. *Among them was a small fat pig named Squealer, with very round cheeks, twinkling eyes, nimble movements, and a shrill voice.* “Найбільш відомий між ними був малий товстий кабан на ім’я Квікун; був він круглощокий і кліпав щораз очима; рухи в нього були меткі, голос-пронизливий”.

Pig → кабан → Квікун → він → нього.

Pig (n., F./M.) → свиня (n., Grammatical F.) → (n., Contextual M.)

13. *He was twelve years old and had lately grown rather stout, but he was still a majestic-looking pig, with a wise and benevolent appearance in spite of the fact that his tusches had never been cut.* “Було йому дванадцять років і за останній час він дуже потовщав, та все ж був ще свинею величньої постави, з розумним та доброзичливим виглядом, незважаючи на те, що йому ніколи не сплювали іклів”. He (Major) → he → pig → his → йому → свиня → йому (старий Марк, Майор)

Raven (n., M./F.) → . крук (n., M.)

Moses → raven → he, e.g.:

14. *In the middle of the summer Moses the raven suddenly reappeared on the farm, after an absence of several years. He was quite unchanged...* “В середині літа крук Мойсей раптом знов появився в колгоспі, після кількарічної відсутності. Він ні в чому не змінився...”

Raven (n. F./M.): A widely distributed corvine bird (Corvus Corax) of Europe and Asia, of large size, with black lustrous plumage and raucous voice, feeding chiefly on carrion or other flesh. The name has also been extended to birds belonging to various other species of Corvus, esp. the American Raven (Corvus carnivorus).

Крук (n.M): – найбільший представник родини воронових; ворон [Слв.укр.м.]. Moses – raven – he → крук – Мойсей – Він.

D. SL NOUN, F/M. → TL NOUN, F.**15. Goose (n., F/M.) → гуска(н., F.)**

Then a goose came forward and confessed to having secreted six ears of corn during the last year's harvest and eaten them in the night. "Далі виступила гуска і посвідчила, що затаїла шість колосків у жнива в минулому році та з'їла їх ніччю". Goose (n., F): a general name for the large web-footed birds. Female – goose, male – gander [Merriam-Webster]. Гуска (н., F): великий водоплавний свійський і дикий птах з довгою шиєю; самка гусака [Слв. укр. м.]. Goose → гуска.

16. Pig (n., F/M.) → свиня Grammatical (n., F.) → Contextual (n., M.)

He was twelve years old and had lately grown rather stout, but he was still a majestic-looking pig, with a wise and benevolent appearance in spite of the fact that his tusks had never been cut. "Було йому дванадцять років і за останній час він дуже потовщав, та все ж був ще свинєю величньої постави, з розумним та доброзичливим виглядом, не зважаючи на те, що йому ніколи не сплювали іклів". He (Major → he → pig → his → йому → свиня → йому (старий Марк, Майор).

Goat (n.F/M) → коза (n.F)

17. Muriel, the goat, could read somewhat better than the dogs, and sometimes used to read to the others in the evenings from scraps of newspaper which she found on the rubbish heap. "Коза Дереза вміла читати трохи ліпше за собак, і нераз увечері прочитувала іншим клатки часопису, що їх находила на смітнику". Goat (n., M/F): ruminant quadruped of the genus Capra. Коза (н.,F); самиця козла [Слв. укр. м.]. Muriel → goat → she → Коза → Дереза

18. Raven (n., F/M) → крук (n., M)

The pigs had an even harder struggle to counteract the lies put about by Moses, the tame raven. Moses, who was Mr. Jones's especial pet, was a spy and a tale-bearer, but he was also a clever talker. "Ще важчу боротьбу довелося свиням звести з брехнями, що їх поширював освоєний крук Мойсей. Мойсей, особливий пестун п. Джонса, був шпик і наклепник, але й розумний промовець". Moses → raven → pet → spy → tale-bearer → talker → крук → Мойсей → пестун → шпик → наклепник → промовець.

Personal name Мойсей refers to Masculine gender of the noun, then all other nominations must be also in the Masculine gender, the attributes *освоєний, особливий, розумний* correlating with the masculine nouns have also masculine flections I the TL.

CONCLUSION AND PERSPECTIVES. The thesis that the grammatical gender was ousted in Early Middle English and does not exist in Modern English is debatable, because there is a regular pronominalisation in discourse – a correlation of gender noun with the corresponding 3-rd person pronoun. In the reader's or speaker's subconsciousness there is a gender conceptual system including congruent and incongruent gender nouns which helps the language user to choose the correct gender. The translator or speaker resorts to the conceptual system and meanders between "foreignisation" and "domestication" or "nativisation," like between Scylla and Charybdis which both can distort the author's intended meaning.

References:

- Загнітко А.П. Функції граматичних форм роду іменників / А.П. Загнітко // УМЛШ. – 1990. – № 6. – С. 50–54.
- Плунгян В.А. Общая морфология. Введение в проблематику / В.А. Плунгян – М.: МГУ, 2000. – 383 с.
- Baker Mona. In Other Words. Coursebook on Translation / Mona Baker. – London. New York: Routledge, 1992. – 304 p.
- Bordag Denisa, Pechmann Thomas. Grammatical gender in translation / Denisa Bordag, Thomas Pechmann // Second Language Research. – 2008. – Vol.24. – Issue 2. – Pp. 139–166.
- Coillie Jan Van. Character Names in Translation: A Functional Approach / J. Van Coillie // J. Van Coillie (ed.). Children's Literature in Translation: Challenges and Strategies. – London and New York: Routledge, 2006. – Pp. 123–140.
- Corbett Greville G. Gender /G. G. Corbett. – Cambridge: CUP, 1991. – 363 p.
- Cruse D. A. Lexical Semantics / D.A.Cruse. – Cambridge: CUP, 1986. – 422 p.
- Flotow Luise von. Gender and Translation, and Translation Studies: An Ongoing Affair / Luise Von Flotow // Eleonora Fredericci, Vanessa Leonardi (eds.). Bridging the Gap between Theory and Practice in Translation and Gender Studies. – Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2013. – Pp. 163–164.
- Fodor Istvan. The Origin of Grammatical Gender I, II / Istvan Fodor // Lingua. – 1959. – Vol.8. – Pp.1–41; 186–214.
- Francis Wendy S. Bilingual Semantic and Conceptual Representation / Wendy S. Francis // J. F. Kroll, A. M. B de Groot (eds.). Handbook of bilingualism: Psycholinguistic approaches. – New York, NY: OU P, 2005. – Pp. 251–267.
- Jakobson Roman. On Linguistic Aspects of Translation / Roman Jakobson // R. A. Brower (ed.). On Translation. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959. – Pp. 132–9.
- Hockett Charles F. A Course in Modern Linguistics / Charles F. Hockett. – New York: Macmillan, 1958. – 621 p.
- Kenny Dorothy. Equivalence / Dorothy Kenny // Mona Baker (ed.). Routledge Encyclopaedia of Translation Studies. – London and New York: Routledge, 1998. – Pp. 77–80.
- Kremer Marion. Person Reference and Gender in Translation: A Contrastive Investigation of English and German / Marion Kremer. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1997. – 302 p.
- Keeskes Istvan. Synergic Concepts in the Bilingual Mind // Istvan Keeskes, Liliana Albertazzi (eds.). Cognitive Aspects of Bilingualism. – Dordrecht: Springer Science & Business Media, 2007. – Pp.29–62.
- Kremer Marion. Person Reference and Gender in Translation: A Contrastive Investigation of English and German / Marion Kremer – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1997. – 302 p.
- Leonardi Vanessa. Equivalence in Translation: Between Myth and Reality/ Vanessa Leonardi // Translation Journal (online). – 2000. – Vol. 4. – Issue 4.
- Litosseliti L., Sunderland J. Gender Identity and Discourse Analysis: Theoretical and Empirical Considerations / L.Litosseliti, J.Sunderland // L. Litosseliti, J. Sunderland (eds.). Gender Identity and Discourse Analysis. – Philadelphia PA.: John Benjamins Publishing Co., 2002. – Pp. 1–39.
- Mills Anne. The Acquisition of German / Anne Mills // Isaac Dan Slobin (ed.). The Crosslinguistic Study of Language Acquisition. – Vol.1: The Data. – Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1985. – Pp.141–246.
- Mykhaylenko Valery V. A Glossary of Linguistics and Translation Studies: English-Ukrainian / Valery V. Mykhaylenko. – Ivano-Frankivsk: King Danylo Galyskiy University of Law, 2015. – 528 p.
- Nissen Uwe Kjaer. Aspects of Translating Gender / Uwe Kjaer Nissen // Linguistik Online. – 2002. – Vol. 11. – Issue 2/02. – Pp.25–37.
- Pauwels Anne. Linguistic Sexism and Feminist Linguistic Activism/ Anne Pauwels // J. Holmes, M. Meyerhoff (eds.). The Handbook of Language and Gender. – Oxford: Blackwell Publishing, 2003. – Pp. 550–570.
- Pettersson Gawronska Barbara. Gender in Culture and Gender in Language. On Translation of the Novel Lubiewo by Michal Witkowski into German and Swedish / Barbara Gawronska Pettersson // Folia Scandinavica (Poznan). – 2011. – Vol. 12. – Pp. 57–70.
- Romaine Suzanne. Communicating Gender / S. Romaine. – London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1999. – 406 p.

25. Salamoura Angeliki. Grammatical Gender in the Bilingual Lexicon / Angeliki Salamoura // Istvan Kecskes, Liliana Albertazzi (eds.). *Cognitive Aspects of Bilingualism*. – Dordrecht: Springer, 2007. – Pp. 99–151.
26. Talbot M. Gender Stereotypes: Reproduction and Challenge / M. Talbot // J. Holmes, M. Meyerhoff (eds.). *The Handbook of Language and Gender*. – Oxford: Blackwell Publishing, 2003. – Pp. 468–486.
27. Toury G. *Translation Across Cultures* / G. Toury. – N.-D.: Bahri, 1987. – 117 p.
28. Wallmach K. Feminist Translation Strategies: Different or Derived? // *JLS/TLW*. – 2006. – Vol. 22. – Issue 1–2. – Pp. 1–26.

Михайленко В. В. Іменники з ідентичним: неідентичним родовим маркером у мові оригіналу і мові перекладу

Анотація. Система граматичного роду не є виключно морфологічною, бо вона ґрунтується на семантиці і виокремлює іменники чоловічого і жіночого родів. Ми плануємо почати з гендерної парадигми у дискурсі Джорджа Оруелла, представленим його романом «Animal Farm» (1945) і його українським перекладом Івана Чернятинського (1947). Основне завдання роботи – виокремити іменники на позначення свійських тварин з ідентичним і

неідентичним родовим маркером у мові оригіналу і мові перекладу, які формують спільну концептуальну систему роду у підсвідомості мовця.

Ключові слова: граматичний, біологічний, соціокультурний рід, переклад, трансформація, диференціація, парадигма, мова оригіналу, мова перекладу, дискурс.

Михайленко В. В. Существительные с идентичным: неидентичным родовым маркером в языке оригинала и языке перевода

Аннотация. Система грамматического рода не является исключительно морфологической, ибо она базируется также на семантическом факторе и выделяет существительные мужского и женского родов. Мы планируем начать наше исследование с родовой парадигмы в дискурсе Дж. Оруэлла, представленном его романом «Animal Farm» (1945) и его украинским переводом Ивана Чернятинского. Основное задание исследования – выделить существительные, обозначающие домашних животных с идентичным и неидентичным родовым маркером в обоих языках.

Ключевые слова: грамматический, биологический, социокультурный род, перевод, трансформация, дифференциация, парадигма, язык оригинала, язык перевода, дискурс.

*Potenko L. O.,**Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
of Law and Social Sciences and Humanities Department
Cherkasy Institute SHEI "University of Banking"*

THE COMMUNICATIVE APPROACH TO TEACHING ENGLISH FOR SPECIFIC PURPOSES

Summary. The article has proposed a brief analysis of key notions about English for Specific Purposes (ESP) and examined major ideas and basic concepts that currently influence ESP. Our scientific research has provided the definitions and the distinction between General English (GE) and English for Specific Purposes, as well as the differences of ESP types. As a specific approach to language teaching, ESP requires that all decisions as to content and method be based on the learner's goals for learning. English for Specific Purposes is considered in this study as a learner-centered approach that emphasizes the importance of creating learning opportunities that improve students' learning. This work also reviews the theoretical background concerning the Communicative Approach to foreign language teaching. Such an approach focuses less on the formal structures, but more on the functional aspects of language, or the use of language in everyday situations.

Key words: communication, a learner-centered approach, English for Specific Purposes.

Statement of the research problem. With the development of market relations in Ukraine, establishing new international contacts and implementation of a broad exchange of experts, mastering foreign languages has become one of the most important requirements that directly affect the professional activity of future specialists. Increasing demands for the level of language competence of professionals have been caused by the deployment of innovative processes in society that are associated with the formation and training of specialists of a new type. In recent years, the efforts of scientists, educators have been aimed at finding such universal methods of foreign language teaching that allow reaching a higher level of training by integration of language and professional spheres.

The teaching of English as an international language (EIL) cannot remain insulated and isolated from globalization's impact on the formation of individual identities of English language learners, teachers, and teacher educators around the world [16, p. 9]. There is no longer a one-size-fits-all form of English. The different purposes of learning English must consist of different language programs, where learners can choose the one that is most favourable according to their academic or occupational needs [2, p. 8]. Today, the great economic and trade globalization and the continuing rise of international communication in several fields have given birth to the serious needs for teaching and learning English for Specific Purposes. Communication across global and multinational companies requires competence in particular skills, like for example, negotiations, team work, oral presentation, report writing, decision making and so forth. These aptitudes are of paramount importance in the real life situations [3, p. 400].

The aim of the article is to highlight some of the main issues involved in "English for Specific purposes" (ESP), to define its

types and typical features, and to present a theoretical overview of the important notions of ESP as a learner-centered approach.

Results. The field of English for Specific Purposes, which addresses the communicative needs and practices of particular professional or occupational groups, has developed rapidly in the past forty years to become a major force in English language teaching and research [13, p. 379]. By the term English for Specific (or Special, Specified, Specifiable) Purposes is meant that type of "language learning which has its focus on all aspects of language pertaining to a particular field of human activity" [21]. The phrase "specific" in ESP explains the precise objective of learning English [12, p. 67]. "The 'P' in ESP is often a professional purpose – a given skill set that learners presently require in their task or will require in their careers" [8, p. 6].

There is no universally accepted definition of this term, however most of researchers have common opinion that special language can't exist separately from common language but fully interacts with it as its component. Mackay and Mountford define ESP as "the teaching of English for a clearly utilitarian purpose" [17, p. 2]. According to Dudley-Evans and St. John [9], ESP has been considered distinct from English language teaching. McDonough came to the conclusion that "ESP should be taken as an instructional activity which has its own emphases and range of activities which are not totally different from other areas of language teaching" [19]. Belcher states that "ESP now encompasses an ever-diversifying and expanding range of purposes" [5, p. 134]. In the past, the teaching of ESP was primarily concerned with the linguistic aspects of the language. Now, it has shifted towards developing communication skills and learning is very much directed by specific learner's needs for mastering the language [12, p. 18].

It has been generally agreed by scholars that ESP is contrasted with EGP, or English for General Purposes. Unlike EGP, ESP is taught for specialized learners with some specific vocational and educational purpose in mind. ESP is learning and learner oriented, with a conception and preference for communicative competence. Defined to meet the specific needs of the learners, ESP makes use of methodology and the activities of the discipline it serves by focusing on the language appropriate to these activities [10].

The demand for ESP has led some higher education authorities and administrators in many countries to claim that ESP should replace EGP, the long-existing practice of English language teaching in many universities, and thus become the mainstream of college English education. ESP courses differ from General English because they broaden one's knowledge about specific subject matter, by offering intensively specialized vocabulary that in turn prepares learners to use the language in their future professions [6, p. 41]. The teachers teaching general English aim at giving the learners a course that may satisfy their urge to know and to understand certain

language but when it comes to ESP, teachers give more importance to needs analysis and material writers think very carefully about the goals of the learner [1, p. 115].

Some researches debate that ESP should be considered as a part of EAP (English for Academic Purposes). According to Jordan, ESP covers two main categories: English for Academic Purposes and English for Occupational / Vocational / Professional purposes (EOP) [15]. Unlike general courses that tend to teach conversational and social English, EAP courses consider teaching more formal and academic English [1, p. 117]. On the other hand, EOP equips learners with the English necessary in occupational contexts. English for Business Purposes (EBP) is a language related to the international trade. It is a specialist field within English language learning and teaching. A great deal of the English communication that occurs within business sectors throughout the world occurs among non-native English speakers. In situations such as these, the aim of the exercise is competent and effective communication [14].

There is no doubt that communication is considered to be the important language skill in the teaching and learning process. The process of foreign language communication is a complex and multidimensional phenomenon. The participation in this process of communication requires definite communicative competence, or knowledge of communicative behaviour. In modern linguistics the "communicative competence" is understood as mastering linguistic competence that is a certain sum of data of language material, ability to correlate language means with the objectives and conditions of communication, and the ability to organize speech communication taking into account social norms of behaviour and communicative expediency of the statement.

The Communicative Approach to foreign or second language teaching, also known as Communicative Language Teaching (CLT) [20] is aimed to develop the students' ability to use virtually real language. It was designed not for teaching language means' manipulation, but to correlate consciously linguistic structures with their communicative functions. "One of the central pillars of the communicative approach is learnercentredness, which (coupled with learner needs) is identified by Underhill as one of ten key trends in English Language Teaching (ELT)" [11].

Researchers concentrate their attention generally on separate aspects of the problem of educational communication. The Communicative Approach as a subject of study is analyzed mostly in the context of language learning as a learning process approach to the real communication process. The wide acceptance of the Communicative Approach and the relatively varied way in which it is interpreted and applied can be attributed to the fact that practitioners from different educational traditions can identify with it, and consequently interpret it in different ways [20, p. 157].

ESP is a learner-centered approach that emphasizes the importance of creating learning opportunities that improve students' learning. Its starting point is that language is for communication and its goal is to develop learners' communicative competence. This approach does not neglect the structural pattern but teaches grammar implicitly so that students can focus on the content rather than the meaning of single words [7, p. 130].

A learner-centered approach promotes the importance of what students are learning and assists them in making use of the English they are aware of, in order to learn even more English – because their interest in their field will motivate them to interact with speakers and texts [2, p. 45]. Hutchinson and Waters refer to ESP as "an approach to language teaching in which all decisions as to

content and method are based on the learner's reason for learning" [12, p. 19]. ESP students are often mature people who already have some association with the language and are now learning it in more depth to use it in professional communication and to achieve certain job-related functions.

It is its interdisciplinarity, an openness to the approaches and insights of other fields, which helps distinguish ESP and underlies its understandings and practices. [13, p. 380]. Hyland draws attention to five aspects of ESP characterization: (a) the study of communication rather than language, (b) the role of teacher as researcher, (c) the importance of collaborative pedagogies, (d) the centrality of language variation, and (e) the view that language represents broader social practices [13, p. 386]. The researcher emphasizes that "ESP practitioners now address wider communicative skills in their teaching. To understand language and the functions it performs for people, we have to appreciate how it is used within particular contexts, identifying the purposes and participants that are integral to the construction of particular communicative processes and products" [13, p. 386].

In learner-centered teaching, attention is given not only to what the student is learning, but how the student is learning and whether the student is able to retain and apply this knowledge [4]. In learner-centered approaches, the emphasis shifts from what the instructor does to what the students do to learn, and the role of the instructor is shifted from a giver of information to a facilitator of student learning [18]. The trend of communicative approach in education provided a further pressure for educators to change their methods. The communicative approach holds the notion that active learning is more effective than passive learning [7, p. 128]. With the widespread of the learner-centered approach as a communicative learning method, much attention has been paid to design ESP course materials that can prepare students for professional communication [7, p. 126]. ESP instructors have to take into account the students' goals and objectives when conceptualizing the content of the course. Including students in making decisions about course content inspired students to take more responsibility for their choice, which inspired them to be creative.

Conclusions. To sum up, the goal of ESP is to provide English language training to individuals while entering specific academic or professional contexts. English for Specific Purposes is an approach to teaching English language which is concerned to give learners every opportunity to engage in real or simulated activities that require them to use the language. The Communicative Approach, as a learner-centered approach, capitalizes on the interests and needs of the learner. This approach emphasizes interaction as both the means and the ultimate goal of learning a language. The results of this work indicate that the ESP approach derived from the need to use language as a tool in facilitating success in professional life has had the influence on English teaching in general.

References:

1. Ahmad J. Theoretical Framework & Growing Demand of ESP in Saudi Arabia / J. Ahmad // Arts and Humanities. – 2012. – Vol. 65. – № 5. – P. 114–120.
2. Albassri I.A. Needs-Analysis-Informed Teaching for English for Specific Purposes / I.A. Albassri // Electronic Theses, Projects, and Dissertations, 2016. – 274 p.
3. Baghli A. Learning English for Specific Purposes Case Study : First Year Master Informatics Students at The Computer Sciences Department, Djilali Liabes University / A. Baghli // The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes. – 2016. – Vol. 4. – № 2. – P. 399–416.

4. Barr B. From Teaching to Learning : A New Paradigm for Undergraduate Education / B. Barr, J. Tagg // *Change Magazine*. – 1995. – Vol. 27. – № 6. – P. 12–25.
5. Belcher D. English for Specific Purposes : Teaching to Perceived Needs and Imagined Futures in Worlds of Work, Study and Everyday Life / D. Belcher // *TESOL Quarterly*. – 2006. – Vol. 40. – № 1. – P. 133–156.
6. Bracaj M.M. Teaching English for Specific Purposes and Teacher Training / M.M. Bracaj // *European Scientific Journal*. – 2014. – Vol. 10. – № 2. – P. 40–49.
7. Dardig M.H. Using the Communicative Language Teaching Approach (CLT) in Teaching English for Specific Purposes (ESP) / M.H. Dardig // *The Journal of American Science*. – 2015. – Vol. 11. – № 3. – P. 97–131.
8. Day J. Teaching English for Specific Purposes : An Introduction / J. Day, M. Krzanowski. – Cambridge; Eng. : Cambridge University Press, 2011. – 35 p.
9. Dudley-Evans T. Developments in English for Specific Purposes : A Multi-Disciplinary Approach / T. Dudley-Evans, M. St. John. – Cambridge : Cambridge University Press, 1998. – 113 p.
10. Gatehouse K. Key Issues in English for Specific Purposes (ESP) Curriculum Development / K. Gatehouse // *The Internet TESL Journal*. – 2001. – Vol. VII. – № 10 [Electronical source]. – Access mode : <http://iteslj.org/Articles/Gatehouse-ESP>.
11. Hull J. Using Communicative Approaches in ESP Courses in East Asia / J. Hull // *Proceedings of the International Symposium on ESP and its Application in Nursing and Medical English Education*. – 2007 – P. 92–106. [Electronical source]. – Access mode : http://arts.kmutt.ac.th/crs/downloads/article_repository/Using_Communicative_Approaches_in_ESP_Courses%20in_East_Asia.pdf.
12. Hutchinson T. English for Specific Purposes : A Learning-Centred Approach / T. Hutchinson, A. Waters. – Cambridge, Eng. : Cambridge University Press, 1987. – 183 p.
13. Hyland K. English for Specific Purposes : Some Influences and Impacts / K. Hyland // In : *The International Handbook of English language education*. – Norwell, Mass : Springer, 2006. – Vol. 1. – P. 379–390.
14. Jones L. New International Business English : Communication Skills in English for Business Purposes / L. Jones, R. Alexander. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 220 p.
15. Jordan R.R. English for Academic Purposes : A Guide and Resource Book for Teachers / R.R. Jordan. Cambridge, Eng. : Cambridge University Press, 1997. – 426 p.
16. Kumaravadivelu B. Individual Identity, Cultural Globalization, and Teaching English as an International Language : The Case for Epistemic Break / B. Kumaravadivelu // In L. Alsagoff, S. L. McKay, G. Hu, & W. A. Renandya (Eds.), *Principles and Practices for Teaching English as an International Language*. – New York : Routledge, 2012. – P. 9–27.
17. Mackay R. English for Specific Purposes / R. Mackay, A. Mountford. – Longman : London, 1978. – 220 p.
18. Massouleh N. Learnercentered Instruction : A Critical Perspective / N. Massouleh, R. Jooneghani // *Journal of Education and Practice*. – 2012. – Vol. 3. – № 6. – P. 50–59.
19. McDonough J. ESP in Perspective : A Practical Guide / J. McDonough. – London : Jo McDonough, Richterich, R. & Chancerel, J.L. (1980), *Identifying the Needs of Adults Learning a Foreign Language*. New York: Council of Europe. – 1984. – 154 p.
20. Richards J.S. Approaches and Methods in Language Teaching 2nd edition / J.S. Richards, T.S. Rodgers. – Cambridge University Press, 2001. – 278 p.
21. Wright C. The benefits of ESP / C. Wright. – Cambridge Language Consultants, 1992. – [Electronical source]. – Access mode : <http://www.camlang.com/art001.htm>.

Потенко Л. О. Комунікативний підхід до викладання англійської мови за професійним спрямуванням

Анотація. У статті запропоновано короткий аналіз ключових понять англійської мови за професійним спрямуванням (АМПС) та розглянуто основні ідеї і базові концепції, які впливають на АМПС. Надано визначення і відмінність між загальною англійською мовою і англійською мовою за професійним спрямуванням, а також розрізнення типів АМПС. Як конкретний підхід до навчання мови англійська за професійним спрямуванням вимагає, щоб усі рішення щодо змісту і способу ґрунтувалися на розумінні того, хто навчається, мети навчання. Англійська мова за професійним спрямуванням розглядається у цьому дослідженні як особистісно орієнтований підхід, який підкреслює важливість створення освітніх можливостей, що покращують навчання студентів. Ця робота також розглядає теоретичні основи щодо комунікативного підходу до навчання іноземних мов. Такий підхід орієнтований не стільки на формальні структури, скільки на функціональні аспекти мови або використання мови у повсякденних ситуаціях.

Ключові слова: спілкування, особистісно орієнтований підхід, англійська мова за професійним спрямуванням.

Потенко Л. А. Коммуникативный подход к преподаванию английского языка для профессиональных целей

Аннотация. В статье предложен краткий анализ ключевых понятий английского для профессиональных целей и рассмотрены основные идеи и базовые концепции, которые на него влияют. В нашем научном исследовании представлены определения и различие между общим английским и английским для профессиональных целей, а также различие типов английского для профессиональных целей. В качестве конкретного подхода к обучению языка английский для профессиональных целей требует, чтобы все решения относительно содержания и способа основывались на понимании учащегося цели обучения. Английский язык для профессиональных целей рассматривается в исследовании как личностно ориентированный подход, который подчеркивает важность создания образовательных возможностей, которые способствуют улучшению обучения студентов. Эта работа также рассматривает теоретические основы коммуникативного подхода к обучению иностранным языкам. Такой подход ориентирован не столько на формальные структуры, сколько на функциональные аспекты языка или использования языка в повседневных ситуациях.

Ключевые слова: общение, личностно ориентированный подход, английский язык для профессиональных целей.

П'ятничка Т. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та професійної комунікації
Тернопільського національного економічного університету

ВИГУКИ ЯК ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТИВНОЇ ТЕПЕРІШНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. Статтю присвячено аналізу емоційно-експресивних мовних засобів реалізації об'єктивної теперішності та особливостям їх функціонування в англomовному художньому дискурсі. Презентні дієслівні видo-часові форми дійсного способу у своєму категоріальному значенні є типовими граматичними засобами передачі часових значень теперішності. У сфері безпосереднього спілкування часову орієнтацію на теперішність виражають вигуки, яким також властиво передавати почуття і настрої, прояви емоцій мовця і надавати художньому дискурсу більшої експресії.

Ключові слова: об'єктивна теперішність, художній дискурс, вигуки.

Постановка проблеми. Велика кількість ґрунтовних і різнопланових досліджень щодо функціонування вигуків у мові не означає зменшення його актуальності для сучасного мовознавства. Майже зовсім невисвітленим залишається вираження реальної теперішньої ситуації емоційно-вольовими засобами усіх рівнів мови, зокрема вигуками. Отже, актуальність теми зумовлено необхідністю дослідження особливостей вираження часової віднесеності до теперішності та часової орієнтації на теперішність лексичними часовими маркерами, іменними та апеляційними засобами. Об'єктом дослідження є реалізація теперішності в англomовному художньому дискурсі. Предметом дослідження є апеляційні засоби, лексичні часові маркери в якості мовного інструментарію вираження презентності. Матеріалом для спостереження слугують художні прозові твори англійських та американських письменників XIX – XX століть. Завдання: визначити багатогранну семантику теперішності; дослідити особливості вираження часової віднесеності до теперішності та часової орієнтації на теперішність іменними та апеляційними засобами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У лінгвістичній науці вивченню вигуків присвячені праці В. Виноградова, І. Мещанінова, О. Потебні, О. Шахматова, Е. Гоффмана, С. Грінбаума, Дж. Ліча, О. Єсперсена, Й. Свартвіка, Т. Уортона, Ф. Фортунатова та інших учених.

Виклад основного матеріалу. У художньому дискурсі мовні одиниці виявляють своє значення відповідно до трьох функцій: *презентативної* (повідомлення), *апеляційної* (звертання), *експресивної* (вираження). Реалізація презентативної функції у вираженні часових характеристик теперішності найчастіше забезпечується дієслівними часовими формами та, завдяки поєднанню змісту таксиса і відносного часу, – безособовими формами дієслова. За допомогою специфічних просодійних засобів мовець може, не залежно від

морфологічної структури слова чи фрази, не лише виразити презентну ситуацію, зосередитися на ній, а також передати найрізноманітніші емоції. Вигуки, виконуючи апелятивну й експресивну функції, реалізують категорію часової орієнтації [2, с. 10–11]. Суть основної дихотомії цих засобів розкривається в аналізі особливостей реалізації ними суб'єктивного емоційно-вольового. Не називаючи почуттів, експресивних оцінок, вольових спонукань, а безпосередньо виражаючи їх, вигуки є не просто звуками, а осмисленими елементами мови, що і зумовлює їх однозначне сприйняття, яке в живому спілкуванні зрозуміле із ситуації, може доповнюватися мімікою, жестами, інтонацією, а в художньому творі розкривається у зв'язках з іншими словами, завдяки контексту, опису інтонації, міміки, жестів. Конкретно-ситуативний характер вигуків засвідчують такі приклади:

“*Oh*”. *Thomas leaned back in his chair as if he had been pushed* [5, с. 444].

“*Oh, God*,” he heard Lindy wail [9, с. 540].

“*Oh, well*.” *In the half dark it was impossible to make out Philip's expression* [3, с. 151].

“*Oh?*” *Thomas had a habit of quizzically lifting one eyebrow* [5, с. 446].

“*Oh, my – Oh, my God! I'm – I'm sorry!*”

The horrified exclamation began in something resembling a male bass and ended on a high soprano squeak [7, с. 49].

“*Oh, no! I'm sorry! Are you hurt, Miss St. Clare? Uh, Dr St – ?*” [7, с. 55].

“*Is this it? Oh! Oh! I want the job*” [4, с. 62].

She slid into a loungy position and said, “Oooh!” as he pressed the tea bags on her closed eyelids [4, с. 223].

Вигук *Oh* в усіх випадках передає реакцію реципієнта на повідомлення мовця у момент комунікації, що актуалізує його як точку відліку часу і створює для співрозмовників площину презентності. Проте художній дискурс надає цьому коротенькому вигуку здатності не лише часової орієнтації, а, окрім того, ще й спроможності виражати ставлення до почутого, реакцію на нього: шок (приклад 1), який підсилюється фразою *Thomas leaned back in his chair as if he had been pushed*; занепокоєння (приклад 2); невизначеність, непевність, яка легко підтверджується завдяки такій фразі *it was impossible to make out Philip's expression* (приклад 3); запитання, недовіру, бажання уточнити і знаку питання після *Oh?* достатньо, щоб з'ясувати: Томас виражав цим вигуком якраз сумнів, а не захоплення, що могло б також впливати з цього контексту, і фраза *Thomas had a habit of quizzically lifting one eyebrow* ще раз підтверджує це (приклад 4); жаль, який додатково виражається описом інтонації та змін темб-

ру голосу (приклад 5); розпач, співчуття, що підкріплюється словами *I'm – I'm sorry!* (приклад 6); сильне бажання (приклад 7); задоволення від піклувань близьких (приклад 8). На особливі почуття та емоції, передані вигуками у реченнях 5–8, налаштовує також оклична інтонація останніх і зміст текстових ситуацій.

У зразках англійської художньої прози знаходимо низку інших вигуків та вигуківих фразеологічних одиниць (*aye, yah, yeah, uh, hey, ah, ha, ba, well, sh, ugh, wow, yow, hell, whew, phew, heavens, God, Christ, Jesus, for God's sake, come on, hush up, hot damn, good boy, good guys* тощо), здатних передавати реакцію мовця на висловлене, побачене або почуте. У період спілкування чи споглядання іноді спонтанно створюється ситуація, яка спонукає мовця більше до вираження емоцій, ніж до словесної передачі інформації. Мовну реакцію в таких випадках заміняє вигук, який несе у собі те чи інше смислове навантаження:

"Well!" she said to the little kids' upturned faces.

"We better eat!" [10, с. 327] – підбадьорення.

"Shut up, Pierre, you are making me sick. Sh! A car coming up the road! May be it's them...No it stopped." Marie sighed with relief. "It's the neighbors" – пересторога, тривога, хвилювання.

"I hear children running," Pierre said.

"You do? You can hear them? Wow! Well, it must be the neighbors, then" [6, с. 19] – радість, полегшення.

"God! I'm glad to see you functioning again" [4, с. 10] – задоволення.

"This time the president is sending something more personal. We're to deliver a horse called Three Bars Red. He's a –"

"Whooo –eee!" – несподіванка, приголомшення.

Nate's exultant whoop made Maggie jump [7, с. 16].

"Chadwick's coming back."

Bill stared at him. "Phew! That could be nasty" [8, с. 326] – погане передчуття, тривога.

"Hell, I don't need a bagful of pages. And I don't need you to work anymore either" [10, с. 308] – роздратування, нетерпіння.

"Crazy guys!" Qwilleran said. "They know it's not delivered until midafternoon" [4, с. 244] – злість, незадоволення.

"It's getting late. Would you call a taxi for me, please?"

"Good heavens, no. I'll take you home," Deon offered [3, с. 150] – прикрість, непорозуміння.

17. *"Hot damn! Just call me Nora Charles"* [4, с. 242] – роздратування.

18. *"But for God's sake! I've... Never mind. Now, listen. You go up to that ward and you bring that baby down to the unit"* [3, с. 166] – розпач, розгубленість.

Можна відзначити, що своєрідність вигуків і вигуківих фразеологічних одиниць полягає в тому, що вони функціонують у полях презентності та модальності, які перетинаються одне з одним, виражаючи гаму тонкого відчуття героями творів навколишнього буття, різноманіття проявів емоцій, спричинених враженнями, бажаннями, станами душі в період спілкування і не передбачаючи реакції на них.

В окрему групу можна виділити вигуківі фрази, які вимагають від співрозмовника певних вчинків чи мовлення у відповідь – наказові вигуки. Такі вигуківі спонукальні фрази часто трапляються в художніх англомовних текстах, і їх зміст розкривається лише у мовленнєвих ситуаціях, які

мають місце у мікрополі періоду комунікації, що саме цими фразами і створюються.

19. *"Hush, Poss"* [11, с. 123] – різкість, грубість.

20. *"Hey! Hey, lady!"* [11, с. 410] – наполегливість із відтінком злості.

21. *"Come on, Alex! We're not talking about a TV remote control here. You don't just unscrew it and take out the batteries"* – порада-вимога.

In answer, she dug into her pants pocket, pulled out the small black box and heaved it at him.

"Jesus!" – переляк.

Nate jumped to catch the device [7, с. 217].

22. *"Hush up," Claudie said sharply* [10, с. 308] – наказ-заборона.

У багатьох випадках імперативні вигуки втрачають здатність називати властиву їм за значенням дію і набувають іншого смислу – наприклад, *come on* (речення 21) має значення: «Годі тобі».

Проаналізовані приклади дають змогу констатувати, що вигуки позбавлені часових характеристик, але в контексті здатні актуалізувати висловлювання, створювати мікрополе теперішності періоду комунікації і ситуативно виражати емоції мовця, набуваючи таким чином функції орієнтації на теперішність. Отже, як смислова, так і імпліцитна граматична моносемантика вигуку забезпечується мовленнєвою ситуацією. За допомогою цих мовних одиниць створюється широкий спектр емоційно-оцінних конотацій, конкретно-чуттєвий тон та ефект безпосередності спілкування.

Для теперішності, на яку орієнтує вигук, що є реакцією на побачене/почуте, характерне значення наслідку, результату. Емоційний стан мовця чи його ставлення до реципієнта у площині теперішності, що у комунікаційному акті передаються вигуками, у художньому творі реалізуються через контекст. Читач розуміє вкладений мовцем у слово чи фразу емоційний суб'єктивний зміст з опису реакції/ситуації або з відповіді реципієнта.

Висновки:

– теперішність реалізується не лише мовними засобами вираження категорії часу, а також і категорій часової віднесеності та часової орієнтації;

– вигуки виражають категорію часової орієнтації;

– апеляційні засоби (вигуки) виражають ставлення мовця до дійсності/ситуації у момент мовлення;

– апеляційні засоби належать до тієї сфери структури мови, де поняття традиційних членів речення є нерелевантними. Зокрема, вони не створюють предикативного ядра. У висловлюваннях апеляційного характеру, зафіксованих у художньому дискурсі, імпліцитно відображається виражена мовцем і усвідомлена реципієнтом орієнтація на теперішність самим процесом мовлення;

– як мовне вираження емоцій та волі мовця, вражень від спостереження за об'єктивною реальністю чи почуті інформації (захоплення, обурення, здивування, занепокоєння, засмучення, розчарування тощо) вигуки хоч і не належать до сфери повідомлення, оскільки лише передають ту чи іншу реакцію мовця на об'єктивну з його темпоральної позиції теперішність, розглядаються як засоби вираження часових відношень презентності в межах категорії часової орієнтації [1, с. 131].

Література:

1. П'ятничка Т.В. Категорія теперішності та мовні засоби її реалізації в англійському художньому дискурсі (на матеріалі прозових творів XIX – XX століть) : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т.В. П'ятничка. – Львів, 2005. – 131 с.
2. П'ятничка Т.В. Категорія теперішності та мовні засоби її реалізації в англійському художньому дискурсі (на матеріалі прозових творів XIX – XX століть) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т.В. П'ятничка. – Львів, 2005. – С. 10–11.
3. Barnard C. The Unwanted / C. Barnard, S. Stander // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1976. – P. 65–208.
4. Braun L.J. The Cat who Played Post Office / L.J. Braun. – New York : Jove Books, 1987. – 265 p.
5. Charbonneau L. Intruder / L. Charbonneau // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1980. – P. 435–575.
6. Folch-Ribas J. Northlight, Lovelight / J. Folch-Ribas // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1976. – P. 5–62.
7. Lovelace M. The Cowboy and the Cossack / M. Lovelace. – New York : Silhouette Books, 1995. – 256 p.
8. Reeman D. Winged Escort / D. Reeman // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1976. – P. 211–362.
9. Searls H. Overboard / H. Searls // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1977. – P. 449–573.
10. Sebestyen O. Words by Heart / O. Sebestyen // Reader's Digest Condensed Books. – Canada : The Reader's Digest Association Ltd, 1980. – P. 273–350.
11. Stafford J. Boston Adventure / J. Stafford. – New York : Harcourt, Brace and World, Inc., 1944. – 538 p.

П'ятничка Т. В. Междометия как эмоционально-экспрессивные средства реализации объективного настоящего в англоязычном художественном дискурсе

Аннотация. Статья посвящена анализу эмоционально-экспрессивных языковых средств реализации объективного настоящего и особенностям их функционирования в англоязычном художественном дискурсе. Презентные глагольные видо-временные формы сослагательного наклонения в своем категориальном значении рассматриваются как главные грамматические средства передачи временных значений настоящего. В сфере непосредственного общения временную ориентацию на настоящее выражают междометия, которым также свойственно передавать чувства и настроения, проявления эмоций говорящего и предоставлять художественному дискурсу большей экспрессии.

Ключевые слова: объективное настоящее, художественный дискурс, междометия.

Pyatnychka T. Interjections as emotional and expressive means for the objective present realization in English discourse of fiction

Summary. The article is devoted to the analysis of emotional and expressive means for the objective present realization and the peculiarities of their functioning in fiction discourse. The present tense verb forms of the indicative mood in their category meaning are defined as the typical grammar means which represent the present tense. All the other language means for denoting the present are qualified as non-typical. Interjections implying expressive functions, indicate the category of present time orientation. These utterances reveal speakers' emotional attitudes to a specific person, situation or event at the moment of speaking.

Key words: objective present, discourse of fiction, interjections.

Русакова А. В.,

викладач кафедри іноземних мов

для інженерно-технічних і природничих спеціальностей

Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

ПОНЯТТЄВО-ЦІННІСНИЙ ШАР ХУДОЖНЬОГО МЕГАКОНЦЕПТУ «АВАНТЮРИСТКА» ТА ЙОГО КОНЦЕПТУАЛЬНІ СКЛАДНИКИ

Анотація. У статті подано огляд на одну з найбільш актуальних проблем сучасної концептології – дослідження художніх мегаконцептів, а саме поняттєво-ціннісного шару художнього мегаконцепту АВАНТЮРИСТКА. Матеріалом дослідження слугують романи популярного американського письменника двадцятого століття Сідні Шелдона, відомого автора низки авантюристичних романів, які відразу ставали бестселерами. Саме поняттєво-ціннісний шар художнього мегаконцепту АВАНТЮРИСТКА структурує систему поглядів сучасного англomовного соціуму на аксіологічно забарвлений лінгвокультурний типаж «авантюристка», переломлених крізь призму індивідуально-авторського ціннісного осмислення феномена «авантюристка».

Ключові слова: концепт, концептологія, авантюристичний роман, фрейм, домен, парцела, контекст, засоби вербалізації.

Постановка проблеми. Загальновідомо, що когнітивний підхід у дослідженні мови художнього твору допомагає розкрити особливості репрезентації індивідуально-авторського художнього світобачення. Семантико-когнітивний аналіз гендерно зумовлених лексичних одиниць в авантюристо-маркованих контекстах як фрагментах мовної картини у творах Сідні Шелдона дозволить дослідити ментальну діяльність письменника та виявити відповідні фрагменти концептуальної картини світу – художні концепти авантюриного, які є складниками художнього мегаконцепту АВАНТЮРИСТКА.

Системна взаємодія художніх концептів авантюриного зумовлює структурування художнього мегаконцепту АВАНТЮРИСТКА як багаторівневого когнітивно-семіотичного конструкту, який складається з поняттєво-ціннісного й образно-ціннісного шарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує багато сучасних наукових досліджень, присвячених одній із найбільш актуальних проблем сучасної концептології – дослідженню художніх концептів та мегаконцептів, а звідси набуває популярності питання визначення їх складових компонентів, тобто їх поняттєво-ціннісних шарів. Когнітивні поетологи займаються дослідженням художніх концептів та їхні розробки дозволяють сформувати уявлення про смислову організацію художнього тексту, поглибити розуміння мовної картини світу автора певного художнього твору, повніше представити художній концепт як універсальний феномен, що відображає зміст всієї творчої діяльності мовної особистості. Але поняття художнього концепту все ще знаходиться на стадії обмірковування та розуміння.

Мета статті – виявити відповідні особливості та чіткий алгоритм побудови мегаконцепту АВАНТЮРИСТКА, одним із складників якого є поняттєво-ціннісний шар; дослідити систему поглядів сучасного англomовного соціуму на аксіологічно забарвлений лінгвокультурний типаж «авантюристка», переломлених крізь призму індивідуально-авторського ціннісного

осмислення феномена «авантюристка» у творах американського письменника ХХ століття Сідні Шелдона.

Виклад основного матеріалу. У сучасних лінгвістичних дослідженнях зі зміцненням міждисциплінарних зв'язків методика когнітивного аналізу поширилася на нові галузі знань, що дало імпульс розвитку когнітивної поетики. Родоначальником цієї науки прийнято вважати Ройвена Цура, а подальші наукові розвідки в цій області пов'язані з іменами П. Стоквелла, М. Томаса, М. Фрімена Е. Семіно, О.П. Воробйової, Л.І. Бєлєхової, О.М. Кагановської та В.Г. Ніконової. Наукові розробки з когнітивної поетики, на думку В.Г. Ніконової [3, с. 113–122], характеризуються зосередженістю на з'ясуванні закономірностей концептуалізації й категоризації світу у літературному творі, на визначенні реконструкції світорозуміння художника слова й експлікації концептуального змісту творів. Звідси стає необхідним визначення центральної одиниці когнітивної парадигми дослідження художнього твору – *художнього концепту*.

В.Г. Ніконова у статті «Художній концепт: процедури реконструкції та моделювання (на матеріалі трагедій В. Шекспіра)» акцентує увагу на тому, що художній концепт відзначається своєю специфікою у зіставленні з іншими концептами, які досліджуються з двох позицій: когнітивної лінгвістики і лінгвокультурології.

Художній концепт – це базова одиниця концептуальної картини світу окремого письменника (автора художнього твору), що втілює індивідуально-авторське світобачення, тим самим відрізняючись від «концепту культури» чи «мовного концепту» за змістом і способом експлікації, обсягом та історичною мінливістю. Говорячи про когнітивістику, дослідниця звертається до праць С.О. Аскольдова-Алексєєва, який поділяв концепти на художні (у мистецтві) і пізнавальні (у науці). На думку В.Г. Ніконової, ця класифікація є більш доцільною для позначення художнього концепту як одиниці авторської свідомості, що реалізується саме в художніх текстах, а не в текстах будь-якого функціонального стилю, як наприклад, «текстовий концепт» [3, с. 113–115].

Підтримуючи думку В.Г. Ніконової, вважаємо, що специфіка концептів саме в художньому творі вимагає застосування нового підходу для їх аналізу, який би відрізнявся від лінгвокогнітивного чи лінгвокультурологічного. Такий підхід має поєднувати традиційні методи стилістичного, семіотичного, герменевтичного й інших методів аналізу художнього тексту, які були б переломлені крізь призму домінантного, концептуального методу інтерпретації художнього тексту. Такою видається методика поетико-когнітивного аналізу, яка була запропонована В.Г. Ніконовою. В її основі – положення лінгвопоетики, переломлені крізь призму когнітивної парадигми [3, с. 114–118]. Застосування цієї методики реконструкції художнього концепту, зокрема художнього концепту АВАНТЮРИСТКА, потребувало проведення дослідження у двох головних напрямках:

«Жанр – текст – мова – концепт»: дослідження проводиться від загальної характеристики творчості письменника до аналізу мови його творів та ідентифікації художнього концепту Авантюристка.

«Концепт – концептуальна схема – смисл»: аналіз проводиться від реконструкції концептуальної системи художнього твору і визначення концептуальних пріоритетів письменника до моделювання смислової структури художнього концепту Авантюристка та експлікації концептуального змісту художнього твору.

Поняттєво-ціннісний шар художнього мегаконцепту (далі ХМгК) Авантюристка структурує систему поглядів сучасного англomовного соціуму на аксіологічно забарвлений лінгвокультурний типаж «авантюристка», переломлених крізь призму індивідуально-авторського ціннісного осмислення феномена «авантюристка». Складниками поняттєво-ціннісного шару ХМгК авантюристка виступають художні концепти авантюрного (далі ХКА), у яких акумульовано авторську естетичну реакцію на фактуальну, чуттєво-наочну інформацію про героїню-«авантюристку», репрезентовану в досліджуваних АМК засобами гендерно зумовленої лексичної номінації (далі ГЗЛН). Систематизація 857 ХКА, ідентифікованих у 2734 АМК у романах Сідні Шелдона шляхом застосування методики реконструкції та ідентифікації текстових концептів, яка базується на методиках концептуального аналізу [1; 2], уможливила репрезентацію поняттєво-ціннісного шару ХМгК Авантюристка як сукупності когнітивних структур різного рівня абстракції – концептуальних доменів, парцел і художніх концептів авантюрного (табл. 1).

Надалі задля більш детального зображення структури художнього мегаконцепту Авантюристка вважаємо доцільним визначити поняття «концептуальний домен». Концептуальний домен (далі КД) – це найвищий рівень абстракції, максимальна царина концепту, яка складається з парцел як угруповань концептів.

Таким чином, зміст поняттєво-ціннісного шару ХМгК Авантюристка може бути репрезентовано у трьох концептуальних доменах, кожний із яких складається з кількох парцел як угруповань художніх концептів авантюрного:

КД «Авантюристка як фізіологічний феномен».

КД «Авантюристка як психологічний феномен».

КД «Авантюристка як соціальний феномен».

Необхідно зазначити, що серед трьох концептуальних доменів за кількістю художніх концептів авантюрного, актуалізо-

ваних засобами ГЗЛН у складі авантюрно маркованих контекстів, найбільш репрезентативним виявився КД «Авантюристка як фізіологічний феномен». Він складається з шести парцел: «Персональна ідентифікація», «Стать і вік», «Матримоніальний статус», «Родинні зв'язки», «Фізичний стан», «Зовнішній вигляд», які об'єднують 487 ХКА, актуалізовані у 2734 АМК.

Ієрархічно організований фрейм концептуального домену «Авантюристка як фізіологічний феномен» у складі поняттєво-ціннісного шару ХМгК Авантюристка у спрощеному вигляді представляє логічно впорядковану інформацію про героїню-«авантюристку», якою вона зображена в авантюрно маркованих контекстах у романах Сідні Шелдона. Словесні зв'язки між парцелами як складниками КД «Авантюристка як фізіологічний феномен» є різними:

→ відношення рівнозначності визначено між парцелами «Персональна ідентифікація», «Фізичний стан» і «Зовнішній вигляд», оскільки у художніх концептах авантюрного у складі зазначених парцел структуровано додаткову інформацію, що розширює поняттєво-ціннісний шар ХМгК Авантюристка;

→ відношення підпорядкування встановлено між парцелою «Персональна ідентифікація» і трьома парцелами: «Стать і вік», «Матримоніальний статус» і «Родинні зв'язки», які своїм експліцитним інформативним наповненням відповідних ХКА уточнюють і конкретизують зміст парцели «Персональна ідентифікація».

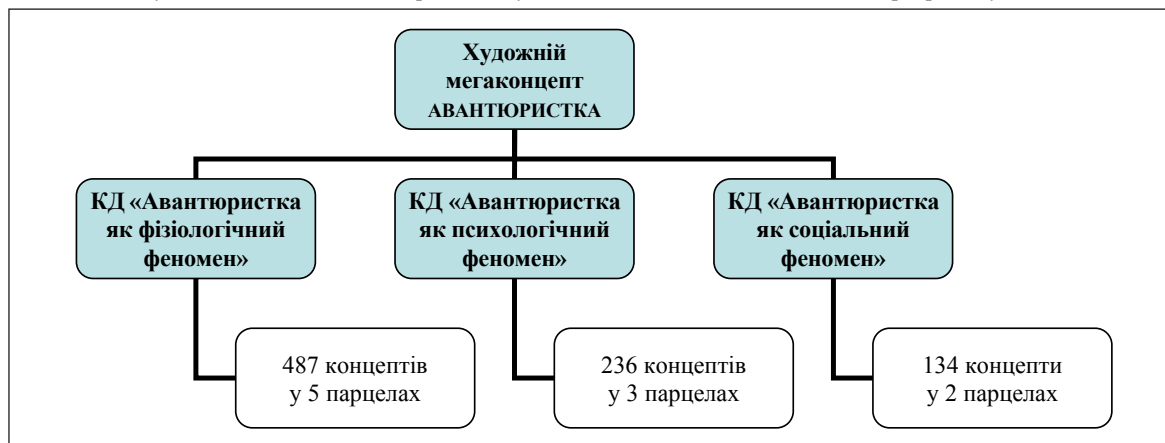
Як продемонстрували проаналізовані приклади, засобами вербалізації ХКА, які формують зазначені парцели («Родинні зв'язки», «Стать і вік» і «Матримоніальний статус»), слугують:

→ засоби іменникової ГЗЛН предметності на позначення родинних зв'язків (*father, brothers, mother, daughter*), статі (*woman*), віку (*turned fourteen, in her eighties*) та матримоніального статусу (*wife, baby*) героїні-«авантюристки»;

→ засоби прикметникової (*ugly, beautiful, perfect*), дієприкметникової (*amazing*) та прислівникової (*remarkably well*) ГЗЛН ознаковості на позначення ознаки родинних зв'язків, статі, віку та матримоніального статусу героїні-«авантюристки»;

→ засоби дієслівної ГЗЛН процесуальності (*carried her age remarkably well, wept for the loss of her baby*) на позначення триваллої дії героїні-«авантюристки».

Так, парцели, підпорядковані парцелі «Персональна ідентифікація» у складі КД «Авантюристка як фізіологічний феномен» – «Родинні зв'язки», «Стать і вік» і «Матримоніальний статус» – не дуже відрізняються між собою за кількістю ХКА та різноманітністю засобів ГЗЛН, що репрезентують ці концепти.



Таблиця 1. Концептуальні складники поняттєво-ціннісного шару художнього мегаконцепту Авантюристка

Інші дві парцели – «Фізичний стан» і «Зовнішній вигляд» – перебувають майже у відношеннях рівнозначності, як зазначалось вище, хоча парцела «Фізичний стан» вирізняється серед інших концептуальних складників КД «Авантюристка як фізіологічний феномен» кількістю художніх концептів авантюрного: *figure* «фігура», *features* «риси», *face* «обличчя», *eyes* «очі», *eyebrows* «брови», *hair* «волосся», *skin* «шкіра», *waist* «талія», *hips* «стегна», *breasts* «груди», *legs* «ноги», *voice* «голос», *physical health* «фізичне здоров'я», *beauty* «краса», *fragility* «тендітність» та різноманітністю засобів ГЗЛН предметності, процесуальності й ознаковості (засоби іменникової, дієслівної, прикметникової, дієприкметникової та прислівникової ГЗЛН), які угруповуються у відповідні тематичні групи.

Парцелу «Зовнішній вигляд» формують ХКА, у яких структуровано або естетичне враження від зовнішнього вигляду героїні-«авантюристки», яке відчують інші персонажі (описано у персонажних АМК), або характеристика зовнішнього вигляду героїні, надана письменником в авторських АМК: *hairdo* «зачіска», *clothes* «одяг», *dress* «сукня», *footwear* «взуття», *makeup* «макіяж», *perfume* «парфум», *dress code* «дрес-код», *clothing* «вбрання», *knick-knackery* «прикраси», *jewelry* «коштовності», *accessories* «аксесуари», *taste* «смак», *stylishness* «витонченість», *expensiveness* «дорожнеча», *refinement* «вишуканість», *designer* «модельєр», *style* «стиль», які репрезентовано засобами ГЗЛН предметності, процесуальності й ознаковості (засоби іменникової, дієслівної, прикметникової, дієприкметникової та прислівникової ГЗЛН), які угруповуються у відповідні тематичні групи:

→ засоби іменникової ГЗЛН предметності на позначення зовнішнього вигляду героїні-«авантюристки»;

→ засоби дієслівної ГЗЛН процесуальності на позначення тривалої дії героїні-«авантюристки»;

→ засоби прикметникової, дієприкметникової та прислівникової ГЗЛН ознаковості на позначення ознаки зовнішнього вигляду героїні-«авантюристки», ознаки фізіологічного стану, ознаки тривалої дії.

Висновки. Отже, завдяки вищезгаданим методам когнітивної поетики та використанню семантико-когнітивного та семного аналізу гендерно зумовлених лексичних одиниць як мовних репрезентантів ХКА, ідентифікованих у АМК із романів Сідні Шелдона, які угруповано в мікрогрупи – парцели у складі концептуального домену «Авантюристка як фізіологічний феномен», стає можливим формулювання уявлення про авантюристку у конденсованому вигляді: авантюристка – особа жіночої статі, молода і незаміжня, фізично здорова і приваблива, має витончений смак і приділяє значну увагу своєму зовнішньому вигляду. Тому в аналізованих текстах героїню-«авантюристку» наділено такими фізичними даними, які у свідомості носія американської культури асоціюються з іміджем авантюристки – молодість, гарна врода та вишуканість.

Література:

1. Кагановська О.М. Текстові концепти художньої прози (на матеріалі французької романістики середини ХХ сторіччя) : [монографія] / О.М. Кагановська. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2002. – 292 с.
2. Ніконова В.Г. Концептуальний простір трагічного в п'єсах Шекспіра: поетико-когнітивний аналіз : автореф. дис. ... доктора фі-

лол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / В.Г. Ніконова. – К., 2008. – 32 с.

3. Ніконова В.Г. Художній концепт: процедури реконструкції та моделювання (на матеріалі трагедій В. Шекспіра) / В.Г. Ніконова // Вісник КНЛУ. Серія «Філологія»: зб. наук. праць. – 2011. – Т. 14. – № 2 – С. 113–122.
4. Sheldon Sidney. If Tomorrow Comes (ITC) / Sidney Sheldon [Electronical source]. – Access mode : <http://ua.booksee.org/book/1527180>.
5. Sheldon Sidney. Mistress of the Game (MTG) / Sidney Sheldon [Electronical source]. – Access mode : <http://ua.booksee.org/book/1466145>.
6. Sheldon Sidney. The Other Side of Midnight (TOSM) / Sidney Sheldon [Electronical source]. – Access mode : <http://ua.booksee.org/book/702938>.
7. Sheldon Sidney. The Sands of Time (TST) / Sidney Sheldon [Electronical source]. – Access mode : <http://ua.booksee.org/book/1275475>.
8. Sheldon Sidney. The Stars Shine Down (TSSD) / Sidney Sheldon [Electronical source]. – Access mode : <http://ua.booksee.org/book/1540982>.

Русакова А. В. Понятійно-ціннісний слой художественного мегаконцепта АВАНТЮРИСТКА и его концептуальные составляющие

Анотація. В статті представлено огляд однієї з найбільш актуальних проблем сучасної концептології – дослідження художественних мегаконцептів, а саме понятійно-ціннісного слоя художественного мегаконцепта АВАНТЮРИСТКА. Матеріалом дослідження слугують романи популярного американського письменника двадцятого століття Сідні Шелдона, відомого автора цілого ряду авантюристичних романів, які одразу ж стали бестселерами. Іменно понятійно-ціннісний слой художественного мегаконцепта АВАНТЮРИСТКА структурує систему поглядів сучасного англоязычного соціума на аксіологічно окрашений лінгвокультурний типаж «авантюристка», преломлених через призму індивідуально-авторського ціннісного осмислення феномена «авантюристка».

Ключевые слова: концепт, концептология, авантюристичний роман, фрейм, домен, парцела, контекст, засоби вербалізації.

Rusakova A. The conceptual-evaluative layer of the megaconcept ADVENTURESS and its conceptual components

Summary. The article provides an overview of one of the most actual problems of modern conceptology – the study of literary megacocepts, namely, conceptual and evaluative layer of the megaconcept ADVENTURESS. Popular novels of the twentieth century American writer Sidney Sheldon, a famous author of the adventure stories series which immediately became bestsellers, were chosen as the material of the study. This conceptual and evaluative layer of the megaconcept ADVENTURESS gives the structural system of views of modern English-speaking society on an axiologically tinged lingo-cultural type “adventureess”, that are refracted through the prism of an author’s individual evaluative understanding of the “adventureess” phenomenon.

Key words: concept, conceptology, adventure novel, frame, domain, parcel, context, verbalization means.

Суворова Т. М.,
кандидат філологічних наук,
викладач кафедри англійської мови та методики її викладання,
факультет іноземних мов
Херсонського державного університету

АМЕРИКАНСЬКА ФОЛЬКЛОРНА БАЛАДА ЯК ЛІРИКО-ДРАМАТИЧНИЙ РІЗНОВИД ПОЕТИЧНОГО ТЕКСТУ

Анотація. У статті досліджується ліро-драматична специфіка американських фольклорних балад через основи художнього мислення та образотворення. У процесі реконструкції концептуальних моделей словесних образів виявлено особливий спосіб концептуалізації баладного світу, такий як концептуальна метаморфоза.

Ключові слова: образність, концептуальна метаморфоза, ліро-драматичний текст.

Постановка проблеми. Загальний антропоцентричний вектор науки XXI століття дає змогу осмислити лінгвальні явища крізь призму системного підходу. Особливого звучання набувають проблеми філології у світлі лінгвосинергетики, оскільки залучення системного методу до дослідження мовленнєвих феноменів сприяє глибокому та всебічному вивченню проблемних явищ лінгвістики. Актуальним є комплексний підхід до вивчення американського фольклорного тексту, адже фольклор є особливим мистецтвом, специфіка якого визначається виходом за межі філології та входженням у царини суміжних наук, таких як етнографія, народознавство чи мистецтвознавчі науки – хореографія та музикознавство. Про міждисциплінарний зв'язок фольклорної балади свідчать розвідки О.О. Потєбні, О.М. Веселовського, О.М. Фрейденберг, В.Я. Проппа.

Трактування образності як певної системи виводить на авансцену нашого дослідження цілісний підхід до словесних образів (далі – СО) як одиниць фольклорного твору.

Аналітичний огляд наукового доробку з проблематики баладного жанру дав змогу окреслити основні напрями філологічних досліджень англійського баладного тексту: літературознавчий та лінгвопоетологічний. У річищі літературознавчого підходу обстоюються принципи жанрової організації баладного твору [4; 7; 8; 10], які передбачають набір загальних формальних і змістовних характеристик баладного жанру та варіанти класифікації балад за тематичною ознакою [11; 12; 13; 14; 15; 16].

Актуальність обраної теми визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на системний розгляд особливостей репрезентації знань у мові й мовленні, зокрема художньому, шляхом виявлення прихованих смислів у поетичному тексті. Комплексний аналіз системи словесних образів американських фольклорних балад вирішує низку завдань, пов'язаних із пошуком ізоморфізму між поетичним мисленням та певними структурними особливостями баладного тексту.

Метою статті є виявлення ліричного та драматичного у структурі американської фольклорної балади через концептуальний та інтерпретативний аналіз словесних образів; визначення ролі концептуальних тропів у формуванні образності американських фольклорних балад.

Матеріалом дослідження слугують американські фольклорні балади, подані у збірці Е.-Е. Гарднер та Ж. Дж. Чікерінг («Ballads and Songs of Southern Michigan», 1939).

Виклад основного матеріалу дослідження. Американська фольклорна балада є ліро-драматичним різновидом поетичного тексту та джерелом інформації про етапи розвитку художнього мислення. Установлено, що американська балада як жанр характеризується константними ознаками, такими як метрична, синтаксична і лексична організація, та змінними, що постають опозиційними групами (епічність – ліричність, драматизм – описовість) [9]. Система словесних образів американської фольклорної балади трактується як складне перцептивно-когнітивно-афективне утворення, що характеризується певним набором зв'язків та відношень, виражених у його структурі, та визначається особливим способом організації словесних образів [9].

Концептуальний аналіз системи СО баладних творів доводить той факт, що кожний СО пов'язаний з іншими СО у межах твору, а система СО має рекурентну структуру і певний діапазон концептуальних схем, характеризується ізотипністю [9].

Інтерпретативно-контекстуальний аналіз текстів американських фольклорних балад дав змогу з'ясувати домінуючі жанрові ознаки (ліричність і драматизм) та лінгвокогнітивні особливості механізмів концептуалізації художнього світу, які зумовлюють спосіб організації словесних образів у систему в архаїчний та номінативно-нормативний періоди становлення художньої свідомості. В архаїчний період це концептуальна метаморфоза, а в канонічний – концептуальна метафора, концептуальна метонімія та концептуальний оксиморон.

Широке використання діалогів та «телеграфічність» зображуваних подій без авторських оцінок і коментарів, ніби автор хоче запропонувати робочий ескіз художника з можливістю домислити незавершену частину потенційної картини, дає змогу віднести зазначені ознаки (драматизм і ліричність) до константних. Наприклад,

"How came this blood on your shirt sleeve, O dear love, tell me, me, me?"

"It is the blood of my old gray hound That traced the fox for me..."

"Edward" (L. Pound, № 9).

Прикладом переважно ліричного настрою, актуалізованого системою словесних образів, є балада «The Bonny Earl of Murray», де співак, який повинен лише повідомити факти слухачам, перебуваючи під емоційним впливом від вбивства графа, про яке розповідається у баладі, викрикує:

"Ye hielands and ye lowlands,

Oh where ha'e ye been?

They hae slain the Earl of Murray,

And laid him on the green..."

Саме існування таких «типових» балад, які містять оцінку подій, доводить, що драматизм та лаконічне зображення подій поступаються описовості та характеристиці персонажів на сучасному етапі розвитку художньої свідомості. Підтвердженням цієї тенденції є визначення баладного жанру як драматичного з елементами ліризму [13; 14; 15; 16].

Американська фольклорна балада як лірико-драматичний різновид поетичного тексту може слугувати джерелом інформації про етапи розвитку художнього мислення. Установлено, що американська балада як жанр характеризується константними (метрична, синтаксична і лексична організація) та змінними ознаками, що постають як опозиції «епічність – ліричність», «драматизм – описовість». Система СО американської фольклорної балади трактується як складне когнітивно-афективне утворення, що характеризується певним набором зв'язків та відношень, виражених у його структурі, та визначається особливим способом організації словесних образів, який полягає у тому, що вектор системної організації задають образи-символи, що відіграють роль креативних атракторів у системі СО та займають сильні текстові позиції. Американські фольклорні балади повністю вписуються у жанр балад, проте мають певні особливості: лірико-драматичну спрямованість, що виражається у формуванні системи СО як прояву ліричних почуттів через концепти «радість», «туга», «кохання», «відчай», та драматичний характер творів, що забезпечується реалізацією у системі словесних образів балад архетипної діади «життя – смерть».

Інтерпретаційно-контекстуальний аналіз текстів американських фольклорних балад дав змогу з'ясувати домінуючі жанрові ознаки (ліричність і драматизм) та лінгвокогнітивні особливості художньої концептуалізації світу в досліджуваних текстах, які зумовлюють спосіб організації СО в архаїчний та канонічний періоди становлення художньої свідомості. В архаїчний період це концептуальна метаморфоза, а в канонічний – концептуальна метафора, концептуальна метонімія та концептуальний оксиморон. Дослідження концептуального та вербального вимірів образності американських фольклорних балад засвідчило тенденцію до збереження в образотворенні відбитків механізмів поетичного мислення різних епох.

Концептуальний аналіз системи СО баладного фольклорного тексту виявив, що концептуальна метаморфоза – це спосіб синкретичного осмислення дійсності, в основі якого лежить ідея перетворення, первтілення, зміни [2; 12]. Наприклад, у баладі «Sweet William and Lady Margaret» («Любий Уільям та Леді Маргарет») концептуальна метаморфоза лежить в основі СО, який шляхом лінгвокогнітивної операції транзитивності об'єднує у концептуальному просторі баладного твору природне й людське:

*"Lady Marg'et was buried under a rose
Sweet William in under a willow;
And they both grew tall, and they both grew together,
And they tied in a true lover's knot".*

На базі відношення перетворення одна царина деформується під дією причини та набуває якостей іншої царини. Словесні образи наведеної балади формуються шляхом еквівалентного мапування, концептуальні ознаки однієї царини (джерела) повністю привласнюються іншою цариною (мети). Це пояснюється тим, що архаїчний світогляд базується на тотожності природного і людського, макрокосму і мікркосму [2; 5; 12], що дає змогу вважати концептуальну метаморфозу раннім тропом. Саме цей факт відкриває можливість перенесення якостей та функцій людини

на природні об'єкти і явища. В аналізованій баладі зображено переродження чоловіка та жінки після смерті в рослини (троянду та вербу), які воз'єднуються у своєму коханні в рослинному світі. Це не просто переродження, коли одна сутність перестає існувати й уоформлюється іншою сутністю, а розширення обох концептуальних просторів природного і людського в результаті неможливості воз'єднатись у коханні у світі людини. Референтами займенника *they* є одночасно образи Леді Маргарет (*Lady Marg'et*) і любого Уільяма (*Sweet William*) та троянди (*a rose*) і верби (*a willow*), що свідчить про те, що в основі структури цих СО лежить концептуальна метаморфоза «люди перетворюються на природні явища, а природні явища набувають властивостей людини». Саме тому троянда та верба спроможні кохати одна одну, як люди (*And they tied in a true lover's knot*). Потенція реінкарнації людей у рослини виходить із властивості міфічного предка мати нетлінну сутність [6, с. 171].

Висновки. Системна організація словесних образів визначається домінуючими жанровими ознаками баладного тексту і лінгвокогнітивними механізмами творення образів, переважна частина яких є образами-символами, що мають кумулятивний потенціал кристалізувати конгеніальний, тобто багатовимірний образ завдяки дії принципів синергетичності та емерджентності. Центальною для системи словесних образів американських фольклорних балад як художнього цілого є естетична функція словесних образів, яка зумовлює поліфонію поетичного твору, що реалізується через принцип контрапункту, тобто через синхронну взаємодію та переплетення різних вимірів образності твору, що втілюють різноаспектну естетичну інформацію.

Література:

1. Апинян Т.А. Мифология: теория и событие : [Учебник] / Т.А. Апинян. – Спб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005. – 281 с.
2. Веселовский А.Н. Народные представления славян / А.Н. Веселовский. – М. : АСТ : АСТ МОСКВА, 2006. – 667 с.
3. Виноградов В.В. Поэтика русской литературы / В.В. Виноградов. – М., 1976. – с. 411.
4. Жирмунский В.М. Теория литературы. Поэтика. Стилистика / В.М. Жирмунский. – Л. : Изд. «Наука», 1977. – 408 с.
5. Киченко О.С. Фольклор як художня система (проблеми теорії) / О.С. Киченко. – Дрогобич : НВЦ «Каменяр», 2002. – 216 с.
6. Криничная Н.А. Персонажи преданий: становление и эволюция образа / Н.А. Криничная. – Л. : Изд-во «Наука», 1988. – 192 с.
7. Мухина З.И. Русская литературная баллада 1830-1850 годов : История и поэтика жанра / З.И. Мухина : Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Самара, 2000. – 19 с.
8. Подольская Г.Г. Функционирование в контексте русской литературы первой трети XX века балладного творчества С.Т. Кольриджа и Р. Саути : Автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.05, 10.01.01. / Г.Г. Подольская. – Астрахань, 1999. – 25 с.
9. Суворова Т.М. Синергія образної системи американських фольклорних балад XVIII – XX століть : [монографія] / Тетяна Миколаївна Суворова. – Дніпропетровськ : Середняк Т.К., 2015. – 456 с.
10. Томберг О.В. Грамматика и поэтика английской народной баллады : историческое развитие и проблемы перевода / О.В. Томберг : Автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. – Екатеринбург, 2003. – 25 с.
11. Франк-Каменецкий И.Г. К вопросу о развитии поэтической метафоры / И.Г. Франк-Каменецкий // Сов. Языкознание. – Л., 1935. – Т. 1. – С. 142.
12. Фрейденберг О.М. Миф и литература древности / О.М. Фрейденберг. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1998. – 800 с. – С. 223–622.
13. Brown Mary Ellen. The Popular Ballad and oral Tradition / Mary Ellen Brown // Oral Tradition. – 2003. – V. 18, № 2. – S. 176–177.

14. Fontes Manuel da Costa. Collecting Portuguese Ballads / Manuel da Costa Fontes // Oral Tradition. – 1987. – V. 2, № 2–3. – S. 547–572.
15. Gardner E.-E., Chickering G.J. Ballads and Songs of Southern Michigan. – The University Of Michigan, 2004. – 536p. – Available at : <http://www.archive.org/details/balladsandsongso028080mbp>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 14.06.2014.
16. Laws G. M. Jr. The British Literary Ballad: A Study in Poetic Imitation. / G. M. Jr. Laws. – Southern Illinois, 1972. – P. 954.

Суворова Т. Н. Американская фольклорная баллада как лиро-драматическая разновидность поэтического текста

Аннотация. В статье исследуются лиро-драматические особенности американских фольклорных баллад через основы художественного мышления и образного творчества. В процессе реконструкции концептуальных моделей сло-

весных образов выявлен особый способ концептуализации балладного мира – концептуальная метаморфоза.

Ключевые слова: образность, концептуальная метаморфоза, лиро-драматический текст.

Suvorova T. American Folklore Ballads as Lyrical and Dramatic Variety of a Poetic Text

Summary. The article is aimed at investigation lyrical and dramatic peculiarities of American folklore ballads on the basis for creative thinking and imagery formation. In the process of the reconstruction of the verbal images conceptual models it appeared that the conceptual metamorphosis is a specific way to reconstruct the world characteristic of American folklore balladry.

Key words: imagery, conceptual metamorphosis, lyrical and dramatic text.

Тищенко О. О.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри класичної філології,
загального мовознавства та неоелліністики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПЕРЕНОСНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛІВ У ЗАГОЛОВКАХ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

Анотація. У статті розглянуто вживання слів у переносному значенні в заголовках грецьких газетних інформаційних повідомлень, проаналізовано частиномовну належність таких слів, встановлено специфіку їхнього вживання.

Ключові слова: переносне значення, заголовок, газетна публікація.

Постановка проблеми. Способи реалізації основних функцій заголовків газетних повідомлень цікавлять багатьох дослідників, оскільки створення стислих, інформативних і водночас влучних заголовків, що не залишаються поза увагою читачів, викликає в авторів потребу використовувати всі можливі прийоми, одним із яких є вживання слів у переносному значенні.

Газетним заголовкам присвячені праці Є.А. Лазаревої [1], В.Е. Шевченко [2], в елліністиці цю тему висвітлено в дослідженнях С. Хатзисаввідиса [3], П. Політиса [4].

Мета статті полягає у з'ясуванні специфіки вживання слів у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень на основі їх морфологічної характеристики.

Виклад основного матеріалу дослідження. У заголовках газетних публікацій слова здебільшого вживаються у їхньому прямому значенні. Як зазначає І.С. Олійник, «прямі номінативні значення слів безпосередньо вказують на співвідношення слова з явищами об'єктивної дійсності, що історично закріпилося у свідомості мовців» [5, с. 32]. Для заголовків новогрецьких газетних публікацій характерним є також вживання слів у переносному значенні. Переносне значення слова з'являється на основі прямого значення. Переносне значення завжди є вторинним, тому що всяке перенесення найменування стає можливим тільки тому, що новий предмет, нова якість чи дія чимось схожі, мають спільну ознаку з уже наявними, пізнаними, найменованими [5, с. 32–33].

Як відомо, заголовки газетних публікацій виконують декілька функцій. На нашу думку, вживання слів у переносному значенні сприяє реалізації рекламної та інформативної функцій заголовків газетних публікацій. У межах рекламної функції вживання слів у переносному значенні допомагає привернути увагу читачів, зацікавити їх та спровокувати перейти до прочитання статті. У межах інформативної функції, вживаючи слова у переносному значенні, автору вдається стисло передати основні відомості про події.

Переносне значення слова не слід плутати з переносним вживанням слова, що функціонує у мові у вигляді метафори, метонімії, синекдохи. «Переносне значення слова, як і вихідне, для нього пряме, стає, закріплене в мові суспільною практикою носіїв, інакше кажучи, воно сприймається як нове, окреме значення уже відомого слова. Переносні, тобто вторинні значення слова, обов'язково пов'язані з первинними, проте мовці ніколи їх не змішують. Цим переносні значення відрізняються

від переносного вживання слова, що використовується в мовленні як один із засобів надання висловленню певної образності й виразності» [5, с. 33]. Отже, головна відмінність між ними полягає в тому, що переносне значення є суспільно усвідомленим, зафіксованим у словниках, а переносне вживання є індивідуальним [5, с. 40].

Наше дослідження було проведено на основі вибірки заголовків інформаційних повідомлень грецької газети «Η Καθημερινή» [6] за жовтень 2016 р. Варто зазначити, що у вибірці слова, що були вжиті в переносному значенні, найчастіше було взято в лапки. Встановлення переносного значення було здійснено на основі тлумачних словників новогрецької мови [7, 8].

Аналіз вибірки було здійснено на основі належності слів, вжитих у переносному значенні, до певної частини мови. Переважну більшість слів, вжитих у переносному значенні у проаналізованих заголовках, було виражено іменниками. Значну кількість таких слів також було виражено дієсловами. У переносному значенні було вжито слова, виражені прикметниками і дієприкметниками, але їх кількість була незначною.

Серед іменників, вживаних у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень, було виявлено такі, що трапляються частіше за інші. До них належать іменники зі значенням стихійних явищ, явищ природи:

– **βροχή:** «Βροχή» άσχετων και ακοστολόγητων τροπολογιών σε v/σ του

υπουργείου Παιδείας (Η Καθημερινή 17/10/2016), «Βροχή» та πρόστιμα σε πολυεθνικές από ΗΠΑ και Ε.Ε. (Η Καθημερινή 05/10/2016);

– **καταιγίδα:** Εστειλε την «καταιγίδα» στην ΑΕΚ (Η Καθημερινή 04/10/2016);

– **θύελλα:** Θύελλα αντιδράσεων στον χώρο της Δικαιοσύνης (Η Καθημερινή 07/10/2016); та інші:

– **μάχη:** Η «μάχη» της Σουρωτής: Ένα ευρώ ανά μετοχή προσφέρουν Coca-Cola και Ιβάν Σαββίδης (Η Καθημερινή 25/10/2016), «Μάχη» για τη ρύθμιση του χρέους προανήγγειλε ο Ευκλ. Τσακαλώτος (Η Καθημερινή 20/10/2016), Σε θέση «μάχης» οι πρόεδροι των ΤΕΙ (Η Καθημερινή 19/10/2016), Στη Βουλή μεταφέρεται η «μάχη» των τηλεοπτικών αδειών (Η Καθημερινή 19/10/2016);

– **πόλεμος:** «Πόλεμος» μεταξύ του ΚΕΕΛΠΝΟ και του υπουργείου Υγείας (Η

Καθημερινή 18/10/2016), «Πόλεμος» ανακοινώσεων κυβέρνησης – Ν.Δ. (Η Καθημερινή 01/10/2016), «Πόλεμος» Ρέντσι – Ε.Ε. με... έπαθλο το δημοψήφισμα (Η Καθημερινή 02/10/2016). Сюди належить і субстантивованій прикметник **εμφύλιος:** Κλιμακώνεται ο «εμφύλιος» στη Δικαιοσύνη (Η Καθημερινή 07/10/2016);

– **νανάγιο**: «*Νανάγιο*» μεταξύ Καναδά και βελγικής Βαλονίας για CETA (H

Καθημερινή 21/10/2016), *Προς «νανάγιο» η συγκρότηση του ΕΣΡ* (H Καθημερινή 18/10/2016);

– **βολή**: «*Βολές*» ΙΣΑ κατά Πολάκη (H Καθημερινή 06/10/2016);

– **ψαλίδι**: «*Ψαλίδι*» σε φοροαπαλλαγές, αφορολόγητο στις 5.000 ευρώ ζητεί η

Παγκόσμια Τράπεζα (H Καθημερινή 23/10/2016), *Αμεσο ψαλίδι στο ΕΚΑΣ και σταδιακά η παροχή Επιδόματος Αλληλεγγύης* (H Καθημερινή 04/10/2016);

– **φρένο**: «*Φρένο*» Μαξίμου στα εκλογικά σενάρια (H Καθημερινή 06/10/2016),

«*Φρένο*» της IKEA στα... συνοικέσια ηλικιωμένων (H Καθημερινή 19/10/2016);

– **αγκάθι**: Τα «*αγκάθια*» για τη CETA (H Καθημερινή 26/10/2016), «*Αγκάθι*»

στις διαπραγματεύσεις η αύξηση του ειδικού τέλους για την «*πράσινη*» ενέργεια (H Καθημερινή 01/10/2016);

– **όπλο**: Νέο «*όπλο*» κατά του πολλαπλού μυελώματος (H Καθημερινή

09/10/2016), Αντεπίθεση Μαξίμου με «*όπλο*» τα έσοδα (H Καθημερινή 05/10/2016);

– **βουτιά**: «*Βουτιά*» 12,7 % στην κατασκευή νέων κατοικιών το πρώτο 5μηνο (H Καθημερινή 26/10/2016);

– **πάγωμα**: Επικοινωνιακό το «*πάγωμα*» πλειστηριασμών για χρέη προς το

Δημόσιο (H Καθημερινή 17/10/2016).

«Дуже часто реалізувати переносне значення іменника допомагають означення, виражені прикметниками» [5, с. 39]: *Επεισόδια ενός δύσκολου «διαζυγίου» μεταξύ Βρετανίας και Ε.Ε.* (H Καθημερινή 23/10/2016), *Κρίσιμη «στροφή» στο Γιουρόπα Λιγκ* (H Καθημερινή 15/10/2016).

Заголовки з іменниками, вжитими у переносному значенні, є поширеними, оскільки таким чином можна стисло та емоційно описати певну подію або явище. Одним іменником можна передати атмосферу, що стосується певної події, її масштабність тощо. Таким чином, вони є інформативними, оскільки, прочитавши лише заголовок, читач отримує чималу кількість стисло вираженої інформації. Стислій передачі інформації у грецьких заголовках сприяє використання конструкції «іменник у переносному значенні + родовий суб'єкта + прийменник *σε* + знахідний-адресат дії»: *Το «τιμόνι» της ΕΠΟ στη FIFA* (H Καθημερινή 16/10/2016), *Τρικλοποδιά Σπίρτζη στην πώληση της ΕΕΣΣΤΥ* (H Καθημερινή 01/10/2016).

Вживання іменників у переносному значенні сприяє реалізації завдань заголовків – бути стислими та влучними. Крім того, вони викликають інтерес у читача, а на емоційному рівні спонукають його прочитати статтю.

Для заголовків грецьких газетних статей найхарактернішими є дієслівні заголовки, оскільки вони можуть чіткіше та ясніше передати короткий зміст тексту; дають можливість використовувати стилістичні фігури, такі як еліпси, метафори тощо. Крім того, стиль і структура дієслівних заголовків більше нагадують стиль і структуру повсякденного розмовного мовлення [3, с. 649]. Кількість заголовків, у яких дієслова вжито в переносному значенні, також є значною. Проте заголовки, що містять дієслова у переносному значенні, поступаються за кількістю заголовкам з іменниками у переносному значенні.

У заголовках грецьких газетних статей «відсутність певного члена речення є дуже поширеним морфолого-синтаксичним

явищем» [3, с. 650]. Як зазначає С. Хатзисаввідис, використання еліптичних конструкцій не мало би відповідати вимогам, що висуваються до заголовка, який, окрім того, що має бути стислим, повинен чітко надавати основну інформацію щодо змісту тексту, який він називає. Однак автори статей свідомо створюють неясність. На думку дослідника, найлогічнішим поясненням цього явища є те, що використання еліптичних конструкцій у заголовках газетних статей спрямоване на те, щоб викликати інтерес у читача прочитати статтю, яка, як правило, надає відсутню в заголовках інформацію [3, с. 650–651]. Проте усі заголовки вибірки, що містили дієслова у переносному значенні, є повними реченнями: *Τα ακίνητα «κρίνουν» τα κόκκινα δάνεια* (H Καθημερινή 27/10/2016), «*Ακμάζουν*» τα ιδιωτικά ασθενοφόρα (H Καθημερινή 22/10/2016), «*Ψαλίδίζεται*» η καθυστέρηση στη γραμμή μετρό προς Πειραιά (H Καθημερινή 15/10/2016), *Το επενδυτικό ενδιαφέρον «σκορπάζεται» στη φορολογία* (H Καθημερινή 14/10/2016), *ΣΕΒ: Οι υψηλοί φόροι «γονατίζουν» την οικονομία* (H Καθημερινή 11/10/2016), «*Σκαρφάλωσε*» μέσω Λάρισας η ΑΕΚ (H Καθημερινή 18/10/2016), *Ενας καλός ύπνος «γεννάει» παραγωγικότητα και καινοτομία* (H Καθημερινή 16/10/2016), *Οι φόροι «ροκανίζουν» τις διακοπές των Ελλήνων* (H Καθημερινή 01/10/2016), *Η έλλειψη ρευστότητας «πνίγει» το Χρηματιστήριο* (H Καθημερινή 01/10/2016). На нашу думку, це пов'язано з тим, що такі заголовки є емоційними вже завдяки вживанню дієслів у переносному значенні і тому не мають потреби в перевантаженні стилістичними фігурами.

Цікавим є випадок заголовка, де дієслово, вжите у переносному значенні, стало частиною усталеного виразу: *Η Ηθοποιδεία «πάει» σχολείο* (H Καθημερινή 15/10/2016) – *Εθιχ-не виховання «йде» до школи*. У статті йдеться про ініціативу проведення певних заходів у дитячих садках та перших класах початкової школи, що мають на меті виховання дітей свідомими громадянами. Отже, дієслово вжито в переносному значенні, оскільки предмет навчання не може йти до школи, проте доречним є вживання усталеного виразу «іти до школи», оскільки такий предмет буде запроваджено у школі.

Випадки вживання прикметників у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень є рідкісними (два заголовки у вибірці), оскільки, безумовно, увага читача фокусується або на певній дії, вираженій дієсловом, або на суб'єкті чи об'єкті дії, вираженими іменниками. Прикметник, як правило, постає в ролі означення і несе додаткову інформацію, а тому в автора статті немає потреби зосереджувати увагу читача на ньому. Однак іноді іменник, вжитий в заголовку, сам по собі не несе жодної нової інформації для читача, саме тоді таку інформацію може надати вжитий разом із ним прикметник: *Σε «ομιχλώδες» τοπίο για το χρέος η κυβέρνηση* (H Καθημερινή 12/10/2016). У цьому заголовку прикметник, що означає іменник, стисло надає певну характеристику події. В іншому заголовку вибірки прикметник також відіграє роль означення: *Προς τα πού κινείται το «έξυπνο» χρήμα* (H Καθημερινή 01/10/2016).

У вибірці також є один заголовок, де в переносному значенні вжито дієприкметник: *Εγκλωβισμένος μετά το Στε ο κ. Τσίπρας* (H Καθημερινή 30/10/2016). Цей заголовок є еліптичним із пропущеним дієсловом-зв'язкою, дієприкметник відіграє роль іменної частини присудка. Саме дієприкметник несе основну інформацію щодо події, цим пояснюється і порядок слів у заголовку, де дієприкметник стоїть на першому місці, одразу ж привертаючи до себе увагу. Переносне значення слова, з одного боку, передає суть ситуації, описаної у статті, а з іншого – робить заголовок більш емоційним, чим зацікавлює читача.

Висновки. Отже, значна кількість заголовків грецьких газетних інформаційних повідомлень містить слова, вжиті в переносному значенні. Вони сприяють реалізації цілей заголовків – стисло надати основну інформацію щодо події, а також зацікавити та переконати читача прочитати статтю. У заголовках грецьких газетних інформаційних повідомлень у переносному значенні найчастіше вживаються іменники, оскільки саме вони одразу ж впадають в око читачу, є емоційними і водночас стисло інформують читача щодо певної події. Встановлення найпоширеніших стилістичних фігур, що вживаються у заголовках грецьких газетних статей, становить інтерес для подальших досліджень.

Література:

1. Лазарева Е.А. Заголовок в газете : [учебное пособие для студентов-журналистов] / Е.А. Лазарева. – Свердловск: Изд. Уральского ун-та, 1989. – 96 с.
2. Шевченко В.Е. Заголовний комплекс сучасної молодіжної газети – важливий засіб її змістового спрямування / В.Е. Шевченко // Стил і текст. – 2001. – Вип. 2. – С. 197–207.
3. Χατζησαββίδης Σ. Η ρητορική των τίτλων στον ελληνικό δημοσιογραφικό λόγο / Σ. Χατζησαββίδης // Μελέτες για την Ελληνική γλώσσα : πρακτικά της 17ης συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας, Α.Π.Θ. – 1996. – Σ. 643–657.
4. Πολίτης Π. Μέσα μαζικής ενημέρωσης: το επικοινωνιακό πλαίσιο και η γλώσσα τους [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.komvos.edu.gr/glwssa/odigos/thema_b_10/thema_pdf.pdf
5. Олійник І.С. Слово в лексичній системі української мови / І.С. Олійник // Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / за заг. ред. І.К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1973. – С. 27–100.
6. Η Καθημερινή [Електронний ресурс] – Режим доступу до газети: www.kathimerini.gr
7. Λεξικό για το σχολείο και το γραφείο [Μπαμπινιώτης Γ.]. – Αθήνα : Κέντρο Λεξικολογίας, 2004. – 1263 σ.
8. Λεξικό της κοινής νεοελληνικής [Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη]. – Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, 1998. – 1532 σ.

Тищенко Е. А. Переносное значение слов в заголовках греческих газетных информационных сообщений

Аннотация. В статье рассмотрено употребление слов в переносном значении в заголовках греческих газетных информационных сообщений, проанализирована принадлежность таких слов к частям речи, установлена специфика их применения.

Ключевые слова: переносное значение, заголовок, газетная публикация.

Tyschenko O. Figurative meaning of the words in the headlines of informational articles of Greek newspapers

Summary. The article deals with the use of words in a figurative sense in the headlines of informational articles of Greek newspapers, their belonging to the parts of speech is analysed, special aspects of their use are defined.

Key words: figurative meaning, headline, newspaper publication.

Цапів А. О.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики
Херсонського державного університету

НАРАТИВНІ ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ ДИДАКТИЧНОЇ ГРИ У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ ДЛЯ ДІТЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ КОРОТКИХ ОПОВІДАНЬ ЕНІД БЛАЙТОН «АМЕЛІЯ ДЖЕЙН»)

Анотація. Статтю присвячено виявленню мовно-стилістичних засобів створення наративного прийому дидактичної гри у коротких оповіданнях для дітей Енід Блайтон. Наративний прийом як спосіб організації повістування містить низку операцій, спрямованих на розгортання сюжету. Виявлено засоби створення ефекту занурення у події, заклик до роздумів та втілення семантичної опозиції «добро – зло» в ігровій ситуації, у якій перебувають персонажі.

Ключові слова: література для дітей, наративний прийом, дидактична гра, наративна маска, семантична опозиція.

Постановка проблеми. Література для дітей – це певна сукупність літературних творів (художніх, науково-популярних та публіцистичних), адресованих дітям [5, с. 10], тобто написаних або адаптованих для дітей із певною метою: звертатися до дитячої уяви, емоцій, почуттів, впливати на дитячі пізнавальні здібності, розвивати смаки та вподобання, розважати дитину [4, с. 11]. Література для дітей відповідає рівню знань дитини певного віку, зорієнтована на окреме тематичне коло, жанрові характеристики, тобто враховує вікові потреби та можливості маленьких читачів. У книжці дітей цікавлять події, те, що відбувається, саме так дитина ідентифікує улюблену казку, оповідання [11, с. 23].

Про нагальну потребу існування спеціальної літератури, що призначена для дітей, вперше заявив Ян-Амос Каменський, чеський педагог. Його книга «Світ у малюнках», що вийшла у світ у другій половині XVII століття, є, по суті, першим художнім твором для дітей [4, с. 17].

У дітей молодшого шкільного віку переважає наочно-образне мислення. Під час вирішення завдань вони спираються на реальні предмети або зображення. Від дій з конкретними предметами діти переходять до розумової операції з абстрактними явищами. Для виникнення образу потрібна опора на реальний предмет, потім розвивається опора на слово, яке є передумовою мисленнєвого створення нового образу [7, с. 185]. У віці 6–10 років у дітей існує потреба у грі. Тому засобами пробудження інтересу до читання або будь-якої діяльності є створення ігрових ситуацій, використання дидактичних ігор. Ігрова діяльність має велике значення для розвитку спонукальної сфери дітей. Саме гри притаманне емоційне захоплення, залучення дитини до діяльності, відбувається її свідоме добровільне підкорення правилам гри [7, с. 179].

Основні положення теорії ігрової діяльності розроблено у педагогіці [6] та психології [7]. У грі дитина активно «конструює» дійсність, моделює власне бачення подій. Система дидактичних ігор була започаткована у 60-х роках XX століття, її найсуттєвішою властивістю є здатність стимулювати пізнавальний інтерес дитини, сприяти розвитку дитячої активності та самостійності, активізувати прагнення до уподібнення, наслідування, повторення. Гра має водночас розважальну та навчальну мету. Центральними смисловими компонентами гри є дещо умовне та/або ілюзорне.

Мета статті – з'ясувати мовні, зокрема граматичні, синтаксичні, лексичні, засоби створення наративного прийому дидактичної гри, виявити способи створення ефекту занурення у події, заклик до роздумів та надання оцінки, розтлумачити наративний прийом маски як основний у створенні ігрової текстової ситуації.

Об'єкт дослідження – наративні прийоми створення дидактичної гри в оповіданні Енід Блайтон «Амелія Джейн».

Виклад основного матеріалу дослідження. Наратологія – це лінгвістична наука, що виникла у студіях структуралізму [3] і постає водночас як теорія художнього прозового тексту та як теорія інтерпретації тексту. Сучасні засадничі філологічні розвідки розбудовують наратологію у когнітивному [12] та семіотичному аспектах [1]. Наратив – це результат і процес репрезентації дійсних або вигаданих подій наратором для нарататора, це рід дискурсу, який характеризується тим, що розповідає історію [9]. Наратив – це спосіб повістування, певна організація наративних прийомів, тобто технік маніпулювання з наративними одиницями. Художній наратив – творчий спосіб конструювання і кодування певного типу оповідної реальності у певних знаково-мовних формах шляхом комбінування подій та/чи дій і побудови своєрідних просторової, темпоральної, оповідно-мовленнєвої та модальної сіток [8, с. 44; 13; 14]. Наративний прийом – це спосіб організації повістування, що містить низку операцій, спрямованих на розгортання сюжету.

Серія книг Енід Блайтон, відомої англійської дитячої письменниці, про ляльку Амелію Джейн призначена для дітей старшого дошкільного та молодшого шкільного віку. Книга «Good idea, Amelia Jane» складається з десяти коротких оповідань про пригоди ляльки Амелії та іграшок в ігровій кімнаті. Кожне коротке оповідання про Амелію Джейн є окремою історією з життя іграшок. Просторові рамки життя персонажів обмежуються дитячою кімнатою («Once all the toys in the nursery...»), хоча інколи діти забігають іграшки на подвір'я або у подорож. Дієтичні події мають лінійну послідовність, логічний початок та кінець. В ігровій кімнаті мешкають іграшки: солдат Том, ведмедик, заводний клоун та мишка. Одного разу до кімнати забігла справжня мишка і попрохала про допомогу. Вона випадково спалила свої вуса, а її рідні глузували з неї. Мишка вирішила, що якби їй дали хустинку, вона б перемотала своє обличчя, нібито в неї болить зуб. Хустинка приховала б той факт, що вусів немає:

“Eee, eee, eee! Help me, help me!”

“Whatever's the matter” – said the toys in alarm.

“I went too near the bonfire out in the garden, and I've burnt my whiskers off!” – wept the mouse. “Can you get me some more? I feel awful”

The toys looked at him. The clockwork mouse gave a tiny giggle. “You look funny,” – he said. “Your face looks undressed without whiskers” [10, p. 78].

Проте такий трюк не спрацював, рідні мишки все одно сміялися та глузували. Мишка попрохала іграшок залишити її в ігровій кімнаті. Іграшкам подобалась мишка, вони не були проти того, щоб вона залишилась. Мишка була дуже чемною, допомагала іграшкам прибирати, розчісувала довге волосся ля-

льок. Аж раптом приїхала Амелія Джейн. Вона повернулася з відпочинку, куди її брали з собою діти. Мишка злякалась, адже та хустинка, під якою вона ховала своє обличчя, належала саме Амелії. Проте лялька не заперечувала проти перебування мишки у кімнаті. Якось Амелія спитала, скільки часу мишка носить хустинку на обличчі. Та відповіла, що вже три тижні. Амелія запропонувала мишці повернути її вуса. Сказала, що знає закляття, яке поверне вуса мишці, і їй не потрібно буде ховатися. Мишка з радістю погодилась. Амелія вимовила чарівні слова, зняла хустинку, а там... справжні вуса, цілісінькі.

Наративний прийом залучення до подій. Оповідання переважно побудоване діалогічним мовленням. Речення мають просту синтаксичну структуру та позбавлені лексичного перенавантаження. Темпоральними координатами теперішнього часу створюється ефект подій, що відбуваються «тут» і «зараз». Наратор використовує дієслова теперішнього часу у діалогах:

“Fibber! You *always* say you *know* magic, but you don’t”.

“Right. Well, just see” [10, p. 86].

Таким чином, пригоди відбуваються ніби перед очима, нарататор занурюється у події та починає співчувати, подумки брати участь у тому, що відбувається. Дітей не цікавить те, що було колись, їх приваблює те, що є актуальним, що відбувається тут і зараз.

Наратор звертається до свого маленького читача, нарататора, використовуючи займенник другої особи *you*, ніби залучає до роздумів, надання оцінки та занурює у пригоди Амелії: “And will *you* believe it, he had the finest whiskers *you* ever saw!”

“She’s laughing to herself”, – he told them. – “Laughing and laughing and laughing! What about, do you suppose?”

“Well, *you* know, of course, don’t *you*?” [10, p. 90].

Наративні маски. Для того щоб максимально зацікавити маленького читача, адресант наближується до нього, приміряючи на себе наративні маски ляльок. Іграшки асоціюються у дітей зі грою та забавою, вони легко сприймаються та є зрозумілими. Саме іграшки потрапляють у кумедні ситуації, а найнеслухняніша лялька Амелія Джейн виявляється найкмітливішою і знаходить вихід із ситуації.

Така манера повісткування створює ефект дитячої гри, залучає маленького читача до ігрової ситуації. Лялька ніби нагадує дитячу наївну поведінку та має саме дитяче світосприйняття. Наративний прийом дидактичної гри створюється саме завдяки використанню прийому наративної маски. Так, висновки дитина може зробити сама, витівка Амелії нагадує дії дитини в реальному світі.

Образ Амелії Джейн є амбівалентним. Вона, з одного боку, – найненависніша персона у кімнаті для дітей: “*You remember Amelia Jane, don’t you – the big naughty doll who lives with the toys in the playroom? Once all the toys in the nursery were pleased because Amelia Jane had gone away for a little while...*” [10, p. 76]. Амелія вважає себе розумною: “*...I’m the cleverest toy in the nursery! I was always the one to think up tricks and jokes!*”, та іграшки іншої думки: “*...You are not really clever! You only think you are*”. Проте кмітливість та усвідомлення комічності ситуації (мишка три тижні не знімала хустинки і не здогадувалась, що її вуса відросли) допомагають Амелії врешті змінити ставлення до іграшок. Повернувши чарівним закляттям вуса мишці, Амелія стає для них найрозумнішою та найкращою: “*Oh, thank you, thank you! You’re the kindest, cleverest toy I’ve ever seen in my life. I am so glad you’ve come back!*”; “*You are a marvel, Amelia Jane*”, – said the bear” [10, p. 88].

Вчинки Амелії Джейн демонструють модель поведінки вередливих дітей. Наративні маски сприяють створенню ефекту повчальної гри. Так, прояв Амелією турботи, співчуття та кмітливості демонструє бажану модель поведінки дітей.

Висновки. Отже, наративний прийом дидактичної гри втілюється у коротких оповіданнях для дітей засобами граматичного та лексичного рівнів, які найбільш повно розкривають специфіку кон-

струювання ігрової ситуації, що створюється прийомом наративної маски, використанням граматичних структур теперішнього часу, тим самим створюючи події, що відбуваються тут і зараз; апелюванням до маленького читача, зануренням його у пригоди, заклик до власних висновків та роздумів. Через створення ігрової дидактичної ситуації відбувається усвідомлення нарататором семантичної опозиції «добро – зло», тобто поганих вчинків (ненависть до іграшок одна до одної) і добрих (спільні дії для подолання труднощів).

Література:

1. Бразговская Е.Е. Языки и коды. Введение в семиотику культуры : [уч. пособие] / Елена Евгеньевна Бразговская. – Пермь : Пермск. гос. пед. ун-т., 2008. – 201 с.
2. Виготський Л.М. Психологія розвитку ребенка / Л.М. Виготський. – М. : Смысл; Эксмо, 2004. – 512 с.
3. Женетт Ж. Границы повествовательности / Жерар Женетт // Ж. Женетт «Фигуры»; [пер. с фр. С. Зенкина]. – М. : Изд-во Сабашниковых, 1998. – Т. 1. – С. 60–281.
4. Качак Т.Б., Круль Л.М. Зарубіжна література для дітей : підручник / Т.Б. Качак, Л.М. Круль. – К. : Академвидав, 2014. – 416 с.
5. Качак Т. Українська література для дітей та юнацтва: підручник / Тетяна Качак. – К. : ВЦ «Академія», 2016. – 352 с.
6. Макаренко А.С. Книга для родителей / А.С. Макаренко – Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 288 с.
7. Савчин М.В., Василенко Л.П. Вікова психологія : навчальний посібник / М.В. Савчин, Л.П. Василенко. – К. : Академвидав, 2005. – 360 с.
8. Савчук Р.І. Наративні стратегії художнього текстотворення: лінгвокогнітивний і семиотичний аспекти (на матеріалі французьких прозових творів XIX – XXI століть) : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.05 / Р.І. Савчук. – К., 2016. – 474 с.
9. Шмид В. Нарратология / Вольф Шмид. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.
10. Blyton E. Good idea, Amelias Jane / Enid Blyton. – Great Britain: Egmond Books Limited, 2001. – 185 p.
11. Glazer J., Gurney Williams III Introduction to children’s literature / Joan Glazer, Gurney Williams III. – New York: McGraw-Hill, 1979. – 737 p.
12. Herman D. Narratologies : New Perspectives on Narrative Analysis / David Herman. – Columbus : Ohio State UP., 1999. – 432 p.
13. Ryan M.-L. Narrative Cartography : Towards a Visual Narratology / M.-L. Ryan // T. Kindt and H.-H. Muller. What is Narratology : Questions and Answers Regarding the Status of a Theory. – Berlin : Walter de Gruyter, 2003. – P. 333–364.
14. Ryan M.-L. Space / M.-L. Ryan // Handbook of Narratology : [Dirs. P. Hühn, J. Pier, W. Schmid et J. Schöner]. – B. ; N.Y. : Walter de Gruyter, 2009. – P. 420–433.

Цапів А. А. Нарративные приемы создания дидактической игры в художественных текстах для детей (на материале коротких рассказов Энид Блайтон «Амелия Джейн»)

Аннотация. Статья посвящена выявлению речевых и стилистических приемов создания нарративного приема дидактической игры в коротких рассказах для детей Энид Блайтон. Нарративный прием как способ организации повествования включает ряд операций, которые способствуют разворачиванию сюжета. Выявлены способы создания эффекта погружения в происходящее, призыва к размышлениям и воплощения семантической оппозиции «добро – зло» в игровой ситуации, в которой находятся персонажи.

Ключевые слова: литература для детей, нарративный прием, дидактическая игра, нарративная маска, семантическая оппозиция.

Tsapiv A. Narrative methods of creation a didactic game in literature for children (case study of Enid Blyton’s short stories “Amelia Jane”)

Summary. The article focuses on narrative methods of didactic game in Enid Bryton’s short stories. Narrative method is assumed to be the way of construing the story-telling, it includes a number of operations, which enable to develop the plot. The means of making the effect of deeping into events, call for thinking and the realization of semantic opposition good-evil in a game situations are revealed.

Key words: literature for children, narrative method, didactic game, narrative mask, semantic opposition.

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Колінько О. П.,

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри загального мовознавства та слов'янської філології
Бердянського державного педагогічного університету

НОН-ФІКШН ЯК ОСОБЛИВИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ БЕЛЕТРИСТИКИ

Анотація. У статті зроблена спроба представити особливості нон-фікшну як феномену сучасної белетристики на матеріалі творів І. Карпі, Л. Ворониної, Стівена і Люсі Гокінг, які демонструють великі можливості його динамічного розвитку, відкритість до трансформацій і синтезації різних жанрів.

Ключові слова: нон-фікшн, травелог, документальна література, синтезація жанрів, екзистенційність, глибокий психологізм, естетизм.

Постановка проблеми. У період помежів'я XX – XXI ст. у багатьох країнах світу спостерігається розвиток, а то й розквіт «літератури факту», яку ще називають документальною літературою, «фактографічною літературою», «нефікційною літературою», літературою nonfiction, тобто невигаданою літературою про реальність. На цьому наголошує вітчизняний вчений О. Галич: «На зміну белетристиці, побудованій на художньому узагальненні, домислі, приходить література документа й факту» [2, с. 4]. Французька дослідниця текстової генетики Альмут Грезійон також констатує: «До літератури, яка розуміється як замкнута множина канонічних текстів, що зробилися такими завдяки процесам сприйняття, додається відкриття література, яку розуміємо як відкриту множину процесів письма. Відкрита всьому можливому, множинному, амбівалентному або навіть такому, що принципово не піддається завершенню» [3, с. 32].

Констатація факту змінюється пошуками причин такого явища. Більшість досліджень нон-фікшну, представлених поважними працями вчених – філософів, істориків, культурологів, філологів, таких як Емануель Левінас, Ганна Арентс, Мішель Фуко, Ролан Барт, Цветан Тодоров, Сьюзен Зонтаг та ін., пояснюють посилення документального начала в літературі кардинальними зрушеннями у всіх сферах життя у період епохальних змін рубежу XX – XXI ст., коли художньо-документальна література («серйозна література») перебирає на себе багато функцій: насамперед інформаційну, коли після прочитання твору нон-фікшн читач набуває нових знань про свою країну, коли виникає природне бажання подорожувати і знайомитися з історією, культурою, побутом інших країн і народів, набувати нових вражень від мандрівок і споглядання різних пам'яток, архітектурних шедеврів, чудових ландшафтів, осмислюючи світ у його єдності, апелюючи до універсальних законів людського буття, незалежних від часу і простору; позаяк тема торкається краси, то чинності набуває естетична функція. Гносеологічна функція покликана навчити реципієнта не тільки радіти отриманню нових знань, а й розуміти видимі та приховані процеси, що відбуваються навколо нас, спонукати до самоосвіти, без якої сучасній людині не досягти успіху. Аналітична функція сприяє залученню читача до аналізу дійсності. Література

нон-фікшн є також важливим психологічним фактором, що зміцнює довіру до автора, який всі реальні події відтворює крізь призму свого образного світосприйняття.

Інтерес до літератури нон-фікшн на межі XX – XXI ст. продиктований ще й заново відкритими її можливостями: розкріпаченістю, відкритістю для суміжних жанрів, що дає широкі перспективи для письменницького експерименту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зацікавленість документальною літературою спостерігається і в літературознавстві останніх років, вона дедалі частіше стає об'єктом досліджень у наукових працях (І. Акіншина, М. Варикаша, Г. Грегуль, І. Данильченко, О. Дацюк, Н. Ігнатів, Б. Мельничук, Л. Мороз, І. Василенко, В. Галич, В. Здоровега, Н. Ігнатів, М. Коцюбинська, В. Кузьменко, Г. Сиваченко, Д. Стус, Н. Колошук та ін.), однак є ще багато лакун, як у теорії, так і в практиці. Тож актуальною залишається проблема теоретичного осмислення питань документально-біографічної літератури, створення її генологічної парадигми з урахуванням трансформації і модифікації багатьох жанрових новотворів. Зокрема, немає узгодженості у термінологічному визначенні документальної літератури чи нон-фікшну, що викликає низку інших дискусійних і спірних моментів. Так, у літературознавчих словниках, довідниках дуже довго уникали визначення цих термінів, позитивна динаміка у цьому напрямі почалася із двотомної «Літературознавчої енциклопедії» Ю. Коваліва (2007 р.), де він подав стислі статті «Документ» і «Документальна література», однак, як стверджує Н. Колошук [6, с. 215–223], вони викликають більше запитань, ніж дають відповідей. Термін nonfiction / «нефікційна література» в науковому обігу українських дослідників довго був відсутнім. А в зарубіжному літературознавстві (Італії, Великій Британії, США, Канаді, Австралії тощо) вчені давно послуговувалися поняттям «nonfiction». Визначення «література факту» широко вживане в польському літературознавстві як аналог вітчизняній дефініції «документальна література» та світовий «nonfiction». У російських новітніх словниках вводиться поняття «нон-фікшн» – це прозовий літературний твір, який є ні романом, ні повістю, ні оповіданням; ділова чи критична проза [7]. У сучасному літературознавстві нон-фікшн називають «особливим літературним жанром», «художньо-публіцистичним жанром літератури»; досить поширеною є думка, що документалізм – це творчий напрям, жанр і стиль (П. Акройд, Б. Бойд; О. Галич, Р. Іванчук, Н. Ігнатів та ін.). Зрозуміло, що існує тісний зв'язок між жанром, літературним напрямом і стилем, однак ці поняття не тотожні, вони потребують чіткої диференціації і конкретизації. Такі дефініції нон-фікшну в дослідницькій рецепції не прояснюють ситуацію, а ще більше її ускладнюють.

Мети статті. Взагалі неможливо дати повний реєстр концепцій нон-фікшну, відтак варто зосередитися на тих,

які найбільше дотичні до обраної теми, що й визначає мету статті: дослідження нон-фікшну у сучасній українській та англійській белетристиці та визначення його специфічних рис у творах Ірени Карпи, Лесі Ворониної, Стівена і Люсі Гокінг, які однаково цікаві як для дітей, так і для дорослих (у закордонних виданнях зазначають: для читачів «від двох до ста років» або «для тих, хто дорослішає»). Це й визначає актуальність і наукову необхідність пропонованої розвідки.

Виклад основного матеріалу. Співні теоретизування вчених не впливають на розвиток і навіть розквіт літератури нон-фікшн. Варто й нам порадити, що у сучасній українській літературі з'явився свій, непереказаний nonfiction, особливо ця тенденція характерна для творів, де превалює гносеологічна, пізнавальна складова. Так, Ірена Карпа одну із своїх книг називає «Baby travel. Подорожі з дітьми, або Як не стати куркою» (2014), визначивши таким чином її жанр, а в передмові уточнює, що це – «веселий нон-фікшн», і додає, що це – «нерівномірні нотатки, помітки на полях, історії, жарти і поради», в яких вона пише «правду без прикрас» [5, с. 9]. Одразу виявляється така особливість нон-фікшну, як здатність до синтезації кількох документальних жанрів у межах одного твору, позаяк вони рідко існують у чистому вигляді.

Для нарації Ірена Карпа обирає форму абетки, в якій літери є всі, але «порядок такий, наче ми їх просто висипали з мішечка на стіл» [5, с. 10], що зумовлює фрагментарну композицію і досить цікавий сюжет без певної послідовності й хронології, але з тонким і виваженим, особливим відчуттям часу. Це відчуття залежить від того, як живе людина, чим наповнює своє життя. Тож авторка не випадково на перших сторінках книги свідомо вдається до філософських розмірковувань про час: «Насправді, все, про що я завжди хочу нагадати собі та іншим, – це час. Яка він розкіш сам по собі, і що то ми самі щосекунди обираємо, куди його витратити: на насолоду чи страждання. Бо ні насолода, ні страждання не потребують особливих причин для їх виникнення. Можна насолоджуватися тим, як вода огортає твої пальці, коли занурюєшся в озеро, чи страждати від того, що на березі моря тебе не чекає «мазераті» – а когось же десь чекає. І тільки якби ми знали, що наступної години життя закінчиться, ми б точно не парилися ані негараздами на роботі, ані тим, що наше авто недостатньо круте, ані тим, що з погодою у відпустці не дуже пощастило. Ми б точно думали про одне: ця вода протікає мені крізь пальці і я з цього приводу щасливий аж до глибинної клітинної структури. Я знаю, все це прописні давно відомі істини – але їх ніколи не буває зайвим ще раз повторити» [5, с. 6]. Така розлога цитата є виправданою, бо тільки простеживши за думкою до кінця, можна стверджувати, що «як прояв окремого він (час. – уточнення мос. – О. К.) має риси індивідуального часу і характеризується початком і кінцем. Як відображення безмежного світу, він характеризується безкінечністю часового потоку» [8, с. 29], увиразнюючи антиномію «кінцеве / безкінечне». У таких нотатках емоційна та психологічна насиченість змістових вимірів часу перетікає у філософські, оприявнюючи ще одну важливу рису документальної літератури як екзистенційності, глибокий психологізм, співвіднесеність власного духовного досвіду автора із процесом пізнання базових людських цінностей.

Ірена Карпа переслідує мету зруйнувати міф про те, що подорожі з дітьми – це мука, а не відпочинок. Вона показує,

описує, радить крізь призму власного досвіду, що «подорожі з дитиною цілком можливі. І чим менша дитинка, тим вона легше мандрує. А всі перепони, як завжди, лише у нас в голові» [5, с. 25]. Практичні поради Ірени Карпи переходять в онтологічні: «Не відкладайте життя *на тоді, коли* вони виростуть» [5, с. 175]. Авторка спростовує упередження, що перельоти, ночівлі в наметах, вештання новими містами та музеями – прерогатива молодих і бездітних.

Утім, Ірена Карпа погоджується, що дітям у дорозі часто стає нудно, і тоді вони – не найкращий супутник: плачуть, вередують, роблять різну шкоду і здатні зіпсувати настрій усій компанії. «Що ж робити, коли воно, біднезле, репетує, наче різане?» – задається питанням письменниці і відразу дає відповідь-пору: «Нічого. Страждати мовчки, слугувати мішенню ненависті всіх довколишніх пасажирів. Зрештою, в цьому є й гуманізм: людям враз стає зрозумілою причина всього лиха їхнього життя. Ну і профілактика непогана – хай не готові до дітей пасажирів вкотре задумуються, чи вони їм, ті діти, потрібні. А ті муришки, що вкотре запалають праведною дітненавистю, отримають безкоштовний стимул заробляти більше й доробитися якщо не до приватного джета, то хоч до бізнес-класу. І все завдяки вам і вашому нащадкові» [5, с. 54 оприявнюючи 55].

Усі поради подаються з гумором, вони часто приперчені слівцями, які межують із ненормативною лексикою, що, у свою чергу, буває пов'язано зі специфікою дитячої вимови. У книзі багато пікантних деталей, цікавих фактів, що легко запам'ятовуються, слухних порад молодим матусям, як «не стати куркою» і перетворити буденне, одноманітне життя на захопливі мандри світом із маленькими дітьми.

Варто наголосити, що авторці вдається досягати ефекту присутності, себто створювати ілюзію участі читача в усіх мандрах, пригодах, пошуках і експериментах. Крок за кроком відстежуючи мандрівки з дітьми, Ірена Карпа передбачає питання і відразу на них відповідає. Куди б не пролягав шлях у компанії з дітьми, перше, про що варто подумати, – це розваги, якими можна зайняти дітей. Маючи чималий досвід пізнавальних мандрівок, Ірена Карпа як мама двох дівчаток – Кори і Каї, які почали подорожувати у півтора і два з половиною роки, впевнена і переконана на власному досвіді, що «нормальна дитина – а я своїх беру за певний приклад нормальності – дивуватиметься будь-чому новому у своєму свіжому житті. Її захоплюватиме і шум ріки, і батут, і жук у траві, і нанотехнології, що вигадали для неї грубігалку з графітками, що тікають від поліцейських у метро» [5, с. 62].

Попри авторську дефініцію твору як «веселий нон-фікшн» і дещо грайливу нарацію, досить виразними є його дидактичні моменти, коли молода мама не тільки дає корисні і мудрі поради, а й осмислює та переосмислює певні поняття та людинознавчі істини. Як приклад – чим можна мотивувати маленьких подорожувальників пройти кілька кілометрів пішки або ж подолати гірський підйом: «... на горі в парку Мунсеня я показала їм хатинку в тумані – стару метеостанцію – і сказала, що там живе чарівник. Але до нього треба дійти ніжками, бо ні машина, ні візок такою кам'янистою стежкою не підіймуться» або «попросила Кору потримати шматок скелі, наприклад, – величиною з одноповерховий будинок. Бо ще от-от і впаде, і задавить все село знизу, якщо Кора його не підтримає... Стояла, кряхтіла, відповідально

тримала, аж втомилася, відтак пішла поважно, з почуттям сумлінно виконаного обов'язку» [5, с. 179–182]. Такої мотивації не знайдеться у жодному підручнику з педагогіки чи психології.

Своєрідність художнього світу «baby travel» Ірени Карпи виражається також його естетичною наповненістю при зображенні картин прекрасної, часом екзотичної природи, різних споруд, які зливаються з ландшафтом, та й «чогось драматичного, з льодовиками, гірськими кінями і квітами» [5, с. 69]: «Яке це щастя – просто вирватися з Києва і сидіти десь у гімалайській Індії на терасі. <...> Підіймаючись на пагорби, сидячи під молільними прапорцями, вдихаючи атмосферу цих вічних гір з їхніми м'якими світанками й заходами сонця, я якось інтуїтивно вірила, що всю цю красу вибирає й моя майбутня дитина» [5, с. 67–68]. Інтуїція не підвела авторку, дещо пізніше вона напише: «Але рідко буває щось приємніше за те, коли бачиш свою дитину з незнацька враженою гірською панорамою чи вогнями старого європейського міста. Коли не за твоєю підказкою, мовляв, що зараз всі по команді милуємося, а сама для себе ця зовсім нова гостя нашого світу вирішує: “Краса ...”» [5, с. 89]. Такі приклади засвідчують досить потужний психологічний аспект: зовнішні враження тісно координуються із внутрішнім самопостереженням і роздумами авторки.

Таким чином, у веселому нон-фікшні Ірени Карпи прослідковуються ще й такі провідні ознаки документальної літератури, як естетичний і психологічний аспекти, помножені на авторську емоційність і самоаналіз.

Травелог Лесі Ворониної «У пошуках Огопого (Нотатки навколосвітньої мандрівниці)» має всі ознаки літератури нон-фікшн: документальність, справжність ситуацій і фактів, авторське їх осмислення, пізнавальність, художню цінність. На сторінках книги, як у «барвистому калейдоскопі, постають яскраві картини: Канада, Польща, Єгипет, Туреччина, Крим, Угорщина, Греція, Естонія» (Т. Кохановська), де авторка не тільки описує побачене і почуте, а й пропускає все це крізь призму свого вразливого і чутливого серця справжньої українки. Така організація травелогу не тільки сприяє зосередженню письменниці на «просторі своїх думок», а й увиразнює авторську позицію, її сприйняття свого/чужого, актуалізуючи нагальні проблеми сьогодення, дуже важливі як для дорослих, так і для тих, хто дорослішає. Споглядання і спостереження мандрівниці Лесі Ворониної викликають не тільки захоплення і подив, а й серйозні думки про «спільну пам'ять», яка об'єднує народ будь-якої країни і підтверджує, що «ще не все на цьому світі втрачено» [1, 13]. Це відкриває перед читачем нові смислові пласти й примушує задуматися над своєю історією, неперехідними цінностями.

Романом нон-фікшн можна назвати твір Стівена і Люсі Гокінг «Джордж і таємний ключ до Всесвіту» (2016), у якому автори (батько, геніальний фізик, та його донька) у формі цікавої мандрівки разом із головним героєм Джорджем та його не менш цікавими друзями розкривають найцікавіші загадки Всесвіту, намагаючись пояснити, «як влаштований світ довкола нас, за допомогою наших відчуттів, розуму та спостережень» [4, с. 32]. Науковий сюжет і важливі наукові факти, скажімо, про Місяць («Місяць – природний супутник нашої планети. <...> Місяць обертається довкола Землі за 27,3 дня. Кожні 29,5 дня Місяць має однаковий вигляд у нічному небі» [4, с. 39]) переплітаються із веселими карколомними пригодами, часом склад-

ними і небезпечними. Тож цілком логічним виглядає висновок головного героя Джорджа: «... після див Усесвіту реальне життя видається страшенно нудним» [4, с. 247].

Документальність і науковий складник книги увиразнюються ілюстраціями з космічних фотоархівів, наприклад, про Землю, Юпітер, Марс і його супутники, про Сонячну систему, про чорну діру у центрі еліптичної галактики NGC 4261 тощо. Складна астрономічна термінологія (емісійна туманність, космічні хмари, гравітаційне поле, екзопланети, супутники, комети, астероїди та ін.), назви планет (Меркурій, Венера, Земля, Марс, Юпітер, Сатурн, Уран, Нептун), прізвиська видатних вчених-фізиків, математиків, астрономів (Альберт Ейнштейн та ін.) не шкодять художній цінності книги, вони лише увиразнюють її пізнавальну спрямованість, надаючи кожній людині можливість розширити свій виднокруг і шанс змінити свій Всесвіт.

Висновки. Отже, нон-фікшн є особливим феноменом сучасної белетристики, який поєднує особливості травелогу, психологічної і філософської прози. Проаналізовані книги українських та англійських письменників також демонструють, що література нон-фікшн знаходиться у динамічному розвитку, відкрита для трансформацій, оновлень і перебудов, має досить рухомі межі та своєрідну специфіку у стилізовому оформленні та взаємодії з іншими жанрами. Безперечно, цією статтею не вичерпується повнота осмислення заявленої теми, вона є лише першим кроком до глибших досліджень сучасної белетристики крізь призму літератури нон-фікшн.

Література:

1. Воронина Леся. У пошуках Огопого («Нотатки навколосвітньої мандрівниці») / Леся Воронина. – К.: Нора-Друк, 2010. – 176 с.
2. Галич О.А. Українська документалістика на зламі тисячоліть: специфіка, генеза, перспективи: [монографія]. – Луганськ: Знання, 2001. – 246 с.
3. Генетическая критика во Франции: антология / ред. кол. Т.В. Балашова, Е.Е. Дмитриева, А.Д. Михайлов (отв. ред.), Д. Феррер; вступ. ст. и словарь Е.Е. Дмитриевой. – М.: ОГИ, 1999. – 288 с.
4. Гокінг Люсі, Гокінг Стівен. Джордж і таємний ключ до Всесвіту: роман / Люсі Гокінг, Стівен Гокінг. – Львів: Вид-во Старого Лева, 2016. – 344 с.
5. Карпа І. Baby travel. Подорожі з дітьми, або як не стати куркою / І. Карпа. – Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2014. – 208 с.
6. Колошук Н. Нефікційна література (документалістика) як маргінальне явище мультикультурного процесу сучасності: українська ситуація / Н. Колошук // Питання літературознавства: наук. зб. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2009. – Вип. 78. – С. 215–223.
7. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. – 2006. – Интернет-ресурс. – Режим доступу: <http://inslov.ru/html-komlev/n/non-fikqn.html>.
8. Тураева З.Я. Категория времени. Время грамматическое и время художественное. – М.: Высшая школа, 1979. – 220 с.

Колинько Е. П. Нон-фикшн как необычайный феномен современной беллетристики

Аннотация. В статье сделана попытка представить особенности нон-фикшна как феномена современной беллетристики на материале произведений И. Карпы, Л. Ворониной, Стивена и Люси Гокинг, которые демонстрируют большие возможности его динамического развития, открытость к трансформациям и синтезации разных жанров.

Ключевые слова: нон-фикшн, травелог, документальная литература, синтезация жанров, экзистенциальность, глубокий психологизм, эстетизм.

Kolinko O. Non-Fiction as a Special Phenomenon of Contemporary Fiction

Summary. This article attempts to present the features of non-fiction as a phenomenon of modern fiction on the material of works by Ir. Carpa, L. Voronina, Stephen and Lucy

Goking that demonstrate the great potential of its dynamic development, openness to transformation and synthesis of different genres.

Key words: non-fiction, telling, documentary, synthesis of different genres, existentiality, deep psychology, aesthetics.

*Рижа У. В.,**асистент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка*

РЕАЛІЗАЦІЯ СЕМАНТИЧНИХ ФУНКЦІЙ ТОЧКИ ЗОРУ ЗА ДОПОМОГОЮ РІЗНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Анотація. У статті подано аналіз різних лінгвістичних засобів, що реалізують семантичні функції точки зору крізь призму дискурсної лінгвістики. Висвітлено роль точки зору у системі взаємодії між автором і читачем, наратором, наратором і персонажами.

Ключові слова: семантичні функції точки зору, лінгвістичні засоби, дискурсна стилістика, просторово-часова, психологічна, ідеологічна точки зору, дієслова сприйняття.

Постановка проблеми. Поняття «точки зору» або, як ми розуміємо і послуговуємося синонімічно, наративної стратегії авторського викладу є центральним літературним явищем у літературній критиці ХХ ст. і невід'ємним об'єктом сучасних лінгвістичних досліджень. Традиційно дослідження «точки зору» проводять у рамках стилістики дискурсу, та варто зазначити, що останнє десятиліття спостерігаємо тенденцію появи праць про точку зору у контексті лінгвістичного аналізу та дискурсу художнього тексту [3, 6]. Серед науковців, які присвятили свої дослідження темі «точки зору», є імена відомі у вузьких та широких наукових колах – це М. Бахтін, В. Виноградов, В. Шкловський, Б. Успенський. Що стосується виключно вітчизняної лінгвістики, то праць, пов'язаних із дослідженнями точки зору як феномена дискурсу, є недостатньо або й зовсім мало. Запит на такі наукові дослідження (а головне їхню актуальність) неодноразово наголошує та доводить у своїх публікаціях І. Бехта, доктор філологічних наук, професор Львівського національного університету ім. Івана Франка; зокрема, є засновником та організатором проведення наративних студій та лінгвістичного колоквиуму «Текст. Культура. Соціум» для молодих учених. Учений досліджує оповідні наративні структури різножанрових текстів із позиції їхньої філософії, діалектики та поетики, у вимірах когніції та дискурсу [1].

Праці зарубіжних учених висвітлюють можливі варіації точки зору (зовнішні, внутрішні, мінливі, перманентні, множинні та ін.), але питання того, як мова тексту передає точку зору і значною мірою впливає на зв'язки між персонажами та подіями, залишається недоопрацьованим і потребує детального вивчення, висвітлення та чіткої систематизації.

Мета статті – проаналізувати різні лінгвістичні засоби, що реалізують семантичні функції точки зору крізь призму дискурсної стилістики.

Виклад основного матеріалу. Дискурсна стилістика і її гносеологічні вчення значною мірою відійшли від формалістських теоретичних засад традиційної стилістики: вона не тільки базується на інших інструментах аналізу (функціональна теорія мови, аналіз прагматики та дискурсу), але й також займається іншою ділянкою аналізу (опис літературних текстів як прикладів текстів, що цілком природно й органічно з'являються в певному соціальному контексті, аніж радше ізольовані

й позбавлені будь-якого контексту окремі речення) і ставить перед собою різні завдання та цілі наукового дослідження [4].

Нагадаємо, що базову проблематику дискурсної стилістики, її науково-дидактичні завдання можна звести до таких постулатів:

- напрацювання методики, що розкриває суть літературного тексту: від його глибинної композиційної структури до поверхневої композиційної структури (його семантики);

- синтез системи поглядів художнього універсуму на різних рівнях його об'єктивації – від мікрорівневої площини: висловлення, абзацу, параграфа, до макрорівневої площини: цілого текстового утворення, фокалізації письменника, фокалізації наратора та персонажа, форми репрезентації нарації, способів репродукції персонажного мовомислення [2].

На відміну від стилістики формалізму, що цілком фокусується на передньопланових наративних структурах літературного тексту, зокрема синтаксичних та фонологічних структурах в коротких текстах (віршах), дискурсна стилістика частіше націлена на імпліцитні (приховані) значення в системі тексту та ідеологію, що лежить в основі соціального дискурсу [5].

Р. Фуллер, відомий британський лінгвіст, послуговується концепцією М. Бахтіна про поліфонічні оповідання і показує наскільки негармонійно та неузгоджено погляди на соціальні питання певної епохи реалізуються або відбиваються в різних мовних стилях головних героїв твору Чарльза Діккенса «Важкі часи».

Ідеологічна точка зору відіграє важливу роль в мотивації та організації першочергової мети і завдань тексту – розповісти читачеві про моральні цінності та життєві принципи окремого персонажа, а іноді й повідомити про упередження, які має оповідач щодо своїх персонажів [7].

Будучи важливим аспектом текстової організації, дискурсна стилістика дослідила та вивчила різні лінгвістичні засоби та моделі для того, щоб пояснити функції точки зору в літературному тексті. Теоретичні вчення Р. Фуллера про точку зору значною мірою орієнтовані на її соціальні та критичні функції [12].

Фундаментальним у підході Р. Фуллера є те, що значення лінгвістичних структур в літературі він отожднює зі стосунками між побудовою тексту та соціальними, інституційними, ідеологічними умовами його творення [11].

Р. Фуллер наслідує Б. Успенського не повністю, а частково, бо відкидає поняття фразеологічної точки зору як такої і виокремлює три типи точки зору: просторово-часову, ідеологічну та психологічну. Нагадаємо, що Б. Успенський у книзі «Поетика композиції» вперше у вітчизняній науці розглянув точку зору у виключно лінгвістичному сенсі. Він запропонував семіотичну модель для дослідження стратегії наративного викладу (інакше точки зору), що ґрунтується на семіотичному підході. Дослідник теоретично визначив різні підходи до розу-

міння «точки зору», виділивши чотири плани (рівні) її розгляду, і умовно позначає їх як «план оцінки», «план фразеології», «план просторово-часової характеристики» та «план психології» [8].

Кожен із цих типів точки зору має чітке визначення і своє лінгвістичне втілення (словесне обрамлення). Р. Фоулер досить стисло описує просторово-часову та ідеологічні точки зору, натомість більшості матеріалу присвячує дослідженню психологічної точки зору.

За його словами просторово-часова точка зору належить до точки зору, що відповідає позиції спостерігача. Спостерігач деякі речі бачить зблизька, інші ж навпаки, здалеку; деякі речі сфокусовані, потрапляють в його поле зору і привертають його увагу, інші є менш помітними й не надто важливими. Оглядова позиція також може рухатися, наприклад вздовж лінії пейзажу. Читача «провадить» за собою організація тексту, дає змогу йому уявляти людей, предмети, будівлі, краєвиди, і все це так, начебто він безпосередньо перебуває у реальних просторах описуваного в тексті.

Засоби лінгвістичної реалізації просторової точки зору – це дейктична система та прийменники і прислівники місця. Під терміном «дейксис» розуміємо очевидне використання займенника першої особи однини під час реалізації внутрішньої оповідної перспективи.

Щодо часової точки зору, то за словами Р. Фоулера, вона формує враження читача, які той отримує від подій, адже «пересуватися» сторінками тексту читач може швидко або повільно, у послідовному ланцюжку подій або навпаки ізольованими сегментами. Часова точка зору включає в себе своєрідні «відхилення» й «відриви» від природного перебігу часу до прикладу повернення в минуле, передбачення майбутнього, зустрічей і переплетень історій і сюжетних ліній, що належать до зовсім різних діапазонів часу.

Лінгвістична реалізація часової точки зору можлива за допомогою вживання прийменників та прислівників часу і дейксису.

Р. Фоулер додатково не пояснює нам семантики просторово-часової точки зору, а розмежовує лінгвістичні категорії, що уможливають реалізацію просторово-часової точки зору: дейксис, прислівники та прийменники часу і місця [11].

Поняття «ідеології» Р. Фоулер трактує як «систему вірувань, цінностей, переконань і категорій, посиляючись на які людина та суспільство розуміють і пізнають світ і в якій “пропорції”, тобто в якому співвідношенні це стосується тексту». Найчастіше під ідеологією розуміємо «набір цінностей або систему переконань, що передаються за допомогою тексту» [4]. Вибудовуючи ідеологічну точку зору в розповіді, автор має в своєму розпорядженні різні засоби її реалізації, і для її аналізу перш за все варто відповісти на запитання «хто саме в композиційній структурі твору є двигуном (центром) формування тої чи іншої ідеології». На думку Р. Фоулера, ідеологічна точка зору може втілюватись двома способами: прямим – через різні модальні структури, що вказують судження і переконання наратора або персонажа; або непрямим способом – за допомогою інших частин мови [11].

Р. Фоулер неодноразово наголошує на важливій ролі модальності в процесі формулювання ідеологічного плану твору. Лінгвістична реалізація, яка прямо і безпосередньо виражає судження та погляди оповідача/персонажа здійснюється за допомогою:

– слів модальності;

– прислівників модальності, серед яких «звичайно», «можливо», «авжеж» (It is certain/probable that) і т. ін. Вони мають прикметникові еквіваленти: «точно», «можливо», «можна з впевненістю стверджувати, що...»;

– прикметників та прислівників оцінювального характеру: «на щастя», «щасливий», «везучий»;

– дієслова, що вказують певні знання, передбачення, прогнози, оцінку, серед них «здаватися» (seem), «вірити» (believe), «гадати» (guess), «передбачати» (foresee), «схвалювати» (approve), «не любити, дратувати, відчувати неприязнь» (dislike);

– загальні речення: узагальнені твердження та загальні судження про загальноприйняті та відомі природні факти.

У своєму трактуванні психологічної точки зору Р. Фоулер опирається на вчення та дослідження Б. Успенського і насамперед проводить різницю, тобто розмежовує внутрішню та зовнішню оповідну перспективу [8]. Далі ці два відмінні види оповідної перспективи він розділяє на підвиди і утворює чотирікласову категоризацію, де кожен тип називає просто й лаконічно – тип А, Б, В і Г.

У внутрішній точці зору він вбачає і виділяє два підтипи, бо вибір оповідної перспективи тут лежить між свідомістю персонажа (тип А) або всезнаючого оповідача (тип Б), що має цілковитий та безперешкодний доступ до думок та почуттів персонажів.

Коли мова йде про зовнішню точку зору, то у Р. Фоулера вибір лежить між дійовими особами та процесами, що описуються з позиції, яка перебуває далеко за межами свідомості персонажа (тип В) або через оповідача (тип Г), який попри свій повний контроль над веденням оповіді, подіями та персонажами все одно має доступ до приватних думок, особистих міркувань та переживань.

Лінгвістична реалізація типу А, яка здебільшого є оповіддю від першої особи (рідше оповідню від третьої особи, що зазнає відчутного впливу точки зору одного з персонажів, до прикладу Габріель у повісті Дж. Джойса «Мертві» з її внутрішнім монологом, який є зразком вживання займенників першої особи однини, слів модальності (прикметники та прислівники оцінки), з акцентом на думки діючого оповідача та думки й переживання персонажа або наратора, передані за допомогою дієслів сприйняття (verba sentiendi). Verba sentiendi – це дієслова, що описують стан, почуття, думки, відчуття та процеси розумової діяльності, до яких спостерігач не має прямого доступу. Прикладами verba sentiendi є hope (сподіватись), feel (відчувати), perceive (сприймати) [9]. Мовець, який «приписує» ці процеси головному герою нібито ставить себе на його місце і займає його «оглядовий майданчик».

Інший лінгвістичний вибір, який доводиться робити оповідачеві, – це вибір слів та манери висловлювання, що може індивідуалізувати і виокремити оповідача. Певний психотип або підбір особливої лексики може допомогти у визначенні їх соціального класу або статусу. Перехідні синтаксичні конструкції можуть надати і навіть «нав'язати» персонажу певний світогляд [7].

Ілюстрацією типу А є уривок твору С. Фітцджеральда «Великий Гетсбі», де модальність висувається на перший план за допомогою оцінювальних прикметників та прислівників і загальних речень. Тут знаходимо багато дієслів сприйняття (verbi sentiendi), що виражають думки та почуття Ніка, і це є першим сигналом суб'єктивної точки зору (особові займенники є схожими індикаторами):

In my younger and more vulnerable years my father gave me some advice that I've been turning over in my mind ever since.

"Whenever you feel like criticizing any one", he told me, "just remember that all the people in this world haven't had the advantages that you've had".

He didn't say anymore, but we've always been unusually communicative in a reserved way, and I understood that he meant a great deal more than that. In consequence, I'm inclined to reserve all judgements, a habit that has opened up many curious natures to me and also made me the victim of not a few veteran bores... Reserving judgements is a matter of infinite hope. I am still a little afraid of missing something if I forget that, as my father snobbishly suggested, and I snobbishly repeat, a sense of the fundamental decencies is parceled out unequally at birth.

За типологією Р. Фоулера, тип Б є втіленням внутрішньої перспективи і асоціюється з послідовним використанням третьої особи всезнаючого оповідача, який розповідає про думки та почуття персонажів оповіді. Інакше кажучи, автор демонструє читачеві усі думки, замисли, відчуття і внаслідок цього найпомітнішими лінгвістичними маркерами цього типу внутрішньої нарації є використання дієслів сприйняття (*verbi sentiendi*). Авторська модальність не є ключовою, тому що акцент поставлено на самих персонажів, а не на позицію, з якої їх описують.

Тип Б відрізняється від типу А і не є цілком суб'єктивним – інакше кажучи, читач не є повністю націленим на психологію персонажа і його внутрішні думки; тут знаходимо авторські висловлювання щодо думок та почуттів персонажа, сформульованих цим автором.

Як приклад вербальної реалізації Р. Фаулер наводить уривок твору М. Піка «Тітус Гроан», дієслова сприйняття в прикладі підкреслено.

Again he fastened his gaze upon the first dozen feet of vertical stone, choosing and scrutinizing the grips that he would use. His survey left him uneasy. It would be unpleasant. The more he searched the wall with his intense eyes the less he liked the prospect, but he could see that it was feasible if he concentrated every thought and fibre upon the attempt.

На противагу типу А і Б, тип В та Г належать до зовнішньої перспективи і позначаються стислими й невеликими за своїм обсягом описами думок та почуттів персонажів або оповіддю зі сторони наратора, і найчастіше супроводжується відмовою від стовідсоткової достовірності і точності викладу інформації.

Тип В вважають неупередженою формою оповіді від третьої особи з двох основних причин: по-перше, внутрішні процеси тут майже ніким не переповідаються і дієслова сприйняття «*verbi sentiendi*» викоринені з тексту; по-друге, оцінювальні модальності також «опускаються», оскільки наратор схильний коментувати і судити дії персонажа.

Стиль письма типу В досить об'єктивний та нейтральний і асоціюється з манерою викладу Г. Флобера та його об'єктивним реалізмом, передачею та викладом новин і т. ін. Варто згадати й стиль письма Е. Хемінгуея, який воліє виставляти на передній план дії та конкретні фізичні характеристики. Оцінювальні модальності та дієслова сприйняття в його текстах наявні, але є нечисельними. Та й взагалі можливість існування тексту цілком позбавленого будь-яких модальностей є доволі сумнівною.

Для наочної ілюстрації типу В Р. Фоулер вдається до твору Е. Хемінгуея «Вбивці». За словами самого Р. Фоулера, цей уривок є рідкісним прикладом «чистої» некомбінованої зовнішньої точки зору:

Outside the arc-light shone through the bare branches of a tree. Nick walked up the street beside the car-tracks and turned at the next arc-light down a side-street. Three houses up a street was Hirsch's rooming house. Nick walked up the two steps and pushed the bell. A woman came to the door.

"Is Ole Anderson here?"

"Do you want to see him?"

"Yes, if he's in".

Nick followed the woman up a flight of stairs and back to the end of a corridor. She knocked on the door.

На відміну від типу В і його зовнішньої перспективи, особа наратора типу Г стає дуже помітною й вагомою через точне використання модальностей, а іноді й особових займенників. Раніше ми вже зазначали, що таке враження зумовлене присутністю наратора, який контролює ведення оповіді, визначає світогляд і при цьому не має прямого доступу до думок та почуттів персонажів. Зовнішня точка зору стосовно персонажів лінгвістично виражається за допомогою слів «віддалення та відчуження», серед них «*apparently*» (безсумнівно), «*evidently*» (очевидно), «*perhaps*» (можливо), «*as if*» (неначе), «*it seemed*» (здавалося, що). Ці модальні вирази (маркери) вказують на намір наратора зрозуміти та інтерпретувати психологію персонажів, часто посилюючись на їхню мову, жести, мову тіла та фізіологічні особливості. Таким чином цей тип зовнішнього спостереження оповідача створює певну відстань/дистанцію між ним самим та іншими персонажами.

Р. Фоулер демонструє тип Г фрагментом з твору А. Бенета «Райсімен Степс», де так звані «слова відчуження» підкреслено для кращої наочності:

On an autumn afternoon of 1919 a hatless man with a slight limp might have been observed ascending the gentle, broad acclivity of Riceyman Steps, which lead from King's Cross Road up to Riceyman Square, in the great metropolitan industrial district of Clerkenwell... The brown eyes seemed a little small; they peered at near objects. As to his age, an experienced and cautious observer of mankind, without previous knowledge of this man, would have said no more than he must be past forty. The man himself was certainly entitled to say that he was in prime of life. He wore a neat dark-grey suit, which must have been carefully folded at nights... He gave an appearance of quiet, intelligent, refined and kindly prosperity; and his little eyes shone the varying lights of emotional sensitiveness.

Цінність моделі Р. Фоулера полягає в наданні чіткого лінгвістичного критерію для розпізнання і визначення кожного типу точки зору; відповідно можемо виділити найважливіші лінгвістичні категорії кожної семантичної функції точки зору:

- Просторово-часова (спосіб вираження – дейксис).

- Ідеологічна, може бути експліцитною, тобто явною, виразною і точною і виражається за допомогою модальності, оцінювальних прикметників та прислівників; та імпліцитною (неточною, невиразною, де «щось мається на увазі») і виражається за допомогою певного лексику та перехідності.

- Психологічна – виражається за допомогою модальності, оцінювальних прикметників та прислівників, дієслів сприйняття (*verba sentiendi*) та загальних речень.

Дослідження та аналіз цих різних лінгвістичних категорій показують, що ідеологічна та психологічна точки зору мають схожі лінгвістичні реалізації. Доктор М. Тулан, професор Бірмінгемського університету кафедри англійської мови та прикладної лінгвістики, висуває ідею, що психологічна та ідеологічна точки зору накладаються, нашаровуються одна на одну

тому, що обидві є предметом оцінки речей. Водночас вони є предметом нашого визначення і трактування психологічної та ідеологічної точок зору і те, як ми самі їх характеризуємо.

Виходячи з вивченого та опрацьованого матеріалу, можемо вважати, що ідеологічна точка зору відноситься радше до тексту загалом, ніж до поодиноких окремих оцінювальних речень та тверджень і має телеологічне призначення [7].

До нашої уваги Р. Фоулер пропонує такі приклади ідеологічної точки зору:

– His gambling was disastrous for the family.
– Through the fence, between the curling flower spaces, I could see them hitting.

– It was dark, chilly, misty morning likely to end in rain – one of those mornings when even happy people take refuge in their hopes.

Аналізуючи перше речення, вбачаємо в ньому оцінювальну точку зору, а в другому перцептивну (чуттєву) і обидві відносимо до площини психологічної точки зору.

Третій приклад – це речення, взяте з твору Дж. Еліота «Млин на Флоссі», є обширним і дещо складнішим, адже являє собою втілення точки зору всезнаючого наратора, який є «двигуном» або «провідником» авторської точки зору у творі. Р. Фоулер вважає речення зразком «здорового глузду» (common sense) і сукупної картинки вибудованої із загальних раціональних тверджень. Воно формує основу ідеології, за критеріями якої ми можемо оцінити та охарактеризувати персонажів твору. Речення саме по собі не є високо ідеологічним; функція його як частини розповіді полягає в донесенні до читача певної ідеології.

Точки зору оповідача та персонажа призначені для вибудовування ідеологічної точки зору, але не кожен оцінку варто вважати ідеологією.

Рішення виключити речення № 2 (цитата з твору В. Фолкнера «Галас і шаленство» (The Sound and the Fury)) з площини ідеологічної точки зору і включити її до площини психологічної точки зору свідчить про можливість переходу однієї в іншу.

Аналіз Р. Фоулера не можемо вважати вичерпною характеристикою вибору лінгвістичної реалізації точки зору в художньому творі, та саме він закладає ті фундаментальні підвалини для подальших модифікацій та розширення дослідження, які згодом візьме за основу для свого вагомого і складнішого дослідження П. Сімпсон. Він розробляє евристичну модель для аналізу психологічної точки зору в оповіді і презентує чотири модальні системи (деонтична, буїстична, епістемічна та перцептивна) [10].

Можемо з впевненістю сказати, що дослідження та праці П. Сімпсона варті нашої уваги та детального висвітлення в наступних наукових публікаціях. Стаття є лише одним з етапів поступового, послідовного й ґрунтовного дослідження лінгво-нарративної проблематики точки зору.

Література:

1. Бехта І.А. Дискурс наратора в англомовній прозі : [монографія] / І.А. Бехта. – К. : Грамота, 2004. – 304с.
2. Бехта І.А. Теоретичні засади дискурсної стилістики / І.А. Бехта // Нова філологія: збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – № 64. – С. 14–20.
3. Вит Н.П. Языковые средства реализации точки зрения автора и персонажа в несобственно-авторском повествовании : дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1984.
4. Волков А. Лексикон загального та порівняльного літературознавства / А. Волков. – Чернівці : Золоті литаври, 2001. – 636 с.
5. Єфімов Л.П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово-методичний посібник / Л.П. Єфімов, О.А. Ясінецька. – Вінниця : Нова Книга, 2004. – 240 с.
6. Иванчикова Е.А. Синтаксис текстов, организованных авторской точкой зрения / Е.А. Иванчикова // Языковые процессы современной русской художественной литературы. – М., 1977.
7. Смушинська І.В. Концепція розумово-мовленнєвої діяльності серед лінгвістичних парадигм ХХ століття / І.В. Смушинська // Іноземна філологія. Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. – 2002. – Вип. 33.
8. Успенский Б.А. Поэтика композиции / Б.А. Успенский. – СПб. : Азбука, 2000. – 352 с.
9. Prince G. A Dictionary of Narratology / Gerald Prince. – Lincoln : University of Nebraska Press, 1989. – 126 p.
10. Simpson P. Language, Ideology and Point of View / P. Simpson. – London : Routledge, 1993.
11. Fowler R. How to see through language : Perspective in fiction / R. Fowler // Poetics. – 1982. – № 11.
12. Fowler R. Linguistic Criticism / R. Fowler. – Oxford, 1986.

Рыжая У. В. Реализация семантических функций точки зрения с помощью различных лингвистических средств

Аннотация. В статье представлен анализ различных лингвистических средств, реализующих семантические функции точки зрения сквозь призму дискурсивной лингвистики. Освещена роль точки зрения в системе взаимодействия между автором и читателем, нарратором, наррататором и персонажами.

Ключевые слова: семантические функции точки зрения, лингвистические средства, дискурсивная стилистика, пространственно-временная, психологическая, идеологическая точки зрения, глаголы восприятия.

Ryzha U. Realization of semantic functions of point of view by means of various linguistic devices

Summary. The article presents the analysis of various linguistic devices that realize semantic functions of point of view within discourse stylistics. The role played by point of view in the complex of interactions between author and reader, narrator and narrate and characters is highlighted.

Key words: semantic functions of point of view, linguistic devices, discourse stylistics, spatio-temporal, psychological, ideological point of view, verba sentiendi.

Смольницька О. О.,

кандидат філософських наук,

старший науковий співробітник відділу української філології

Науково-дослідного інституту українознавства

Міністерства освіти і науки України

МІФОЛОГІЧНІ ТА РЕАЛІСТИЧНІ ОРІЄНТИРИ ВИБРАНОЇ ПОЕЗІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЬМЕННИЦІ В РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО ВІРИ ВОВК У ЗІСТАВЛЕННІ З ІНШОМОВНИМИ ВІРШАМИ УКРАЇНСЬКИХ ПОЕТІВ У ДІАСПОРІ

Анотація. У статті подано контекстуальний аналіз неоміфологічних тенденцій у поезії Віри Вовк і українців, які творили в еміграції іншими мовами: Олени Колодій (Бразилія), Віктора де Гриценка (Франція), Мирона Лисенка (Австралія). Залучено здобутки сучасного українського перекладу і перекладознавства.

Ключові слова: поезія, еміграція, переклад, самоідентифікація, міф, культуртрегер.

Постановка проблеми. Діяльність української інтелігенції в діаспорі та будівництво міжкультурного діалогу, а також формування самосвідомості в іншій культурі постає в центрі уваги української та зарубіжної гуманітаристики (М. Гримич, О. Сапеляк, С. Ціпка, О. Шевчук та ін.). Підсилюється інтерес до персоналії Віри Вовк (інформація нижче). Натомість в українському дискурсі ім'я найбільшої поетеси Парани, португаломовної українки Олени Колодій (далі ОК, Helena Kolody, 1912–2004), майже не відкрито, незважаючи на елітарність її поезії та ментальний зв'язок з Україною та славу в Бразилії: «Вона померла в аврі святості, оплакувана цілим містом, всією Параною. В неї було безліч поклонників у Курітібі й запіллї, до них належала також і бразилійська еліта» [4, с. 45]. Так само, попри запровадження до українського перекладознавчого обігу імен українців, які творили іншими мовами в іншій культурі, але були свідомі власного коріння (Віктор де Гриценко, Леонід Кисельов, Мiron Лисенко у перекладах М. Стріхи), аналіз цих поезій ще не здійснювався й не розглядався у світовому контексті. Це зумовлює актуальність обраної теми. Таким чином, виокремлена проблема – приклад того, що мова не завжди стає передумовою формування власної національної свідомості, оскільки першою мовою відповідно в ОК, ВГ, МЛ стала португальська, французька, англійська. Натомість перша мова у ВВ українська, і вона для письменниці принципова (незважаючи на створені поезію, прозу та переклади німецькою та португальською). Описана ситуація нагадує творення ірландської літератури англійськими письменниками. До проблеми відродження гельської мови зверталися в своїх творах Дж. Джойс, Френк О'Коннор та ін., але відомо, що, попри незнання (чи недостатнє знання) рідної (ірландської) мови, англійськість не завадила патріотизму і культурній діяльності названих авторів (тут можна назвати й нобелівського лауреата Вільяма Батлера Єйтса); аналогічно – франкомовні бретонці (або ті, у кого першою мовою стала французька), англійські валлійці, менці тощо. Перелічених українців можна називати *denizens* (англ. – натуралізовані іноземці), іммігрантами, емігрантами, а також, згідно з Ю. Кристеву, порівняти з «греками серед вар-

варів» [8, с. 55]. Проте наведений перелік неповний для методології й вимагає розширення догм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Віра Вовк (далі ВВ, автонім Віра-Лідія-Катерина Селянська, або Віра Остапівна Селянська, Wira Selanski, 1926 р. н., Борислав, з 1939 р. в еміграції, з 1945 р. в Ріо-де-Жанейро) – українська письменниця, науковець, перекладачка, літературний критик, композитор, художниця, культуртрегер, яка провела «66 років у Бразилії, 10 – у Німеччині, 3 – у Празі і лише 10 – в Україні» [5, с. 62]. Її біографія і творчість неодноразово досліджувалися в Україні, Польщі (Тадей Карабович), США (Богдан Бойчук, Богдан Рубчак) або окремо, або в контексті Нью-Йоркської групи (НІГ), хоча багато аспектів вимагають повнішого висвітлення. З-поміж українських дослідників варто назвати: Н. Анісімову, О. Астаф'єву, Ю. Григорчук, Н. Грицик, І. Жодані, І. Калиця, Н. Козіну, М. Коцюбинську, С. Майданську, Н. Науменко, С. Ожарівську, Т. Остапчук, Л. Тарнашинську, В. Шевчука та ін.

Мета статті – простежити трансформацію міфологічних орієнтирів у зіставленні із сучасною поетам реальністю на прикладі вибраної лірики ВВ, ОК, Віктора де Гриценка (далі ВГ), Мирона Лисенка (далі МЛ). Завдання: 1) дослідити міфологічні символи, пов'язані із самосвідомістю, у ВВ; 2) зіставити античний міф у ВВ і ВГ; 3) простежити формування української самосвідомості в ОК і МЛ. З огляду на постійно поповнюваний корпус текстів ВВ (поезія, проза, драматургія, листування, статті, переклади) – на 2016 р. до 70 книг авторських текстів і 53 – перекладів [5, с. 62], у дослідженні аналізуються тільки вибрані ліричні твори.

Виклад основного матеріалу. Світогляд ВВ виразно український, а європейська освіта та діяльність у Південній Америці та багатьох країнах світу дають підставу назвати цю унікальну гармонійну постать *homo universalis*. Пошуки компромісів у мотивах, символах та ін., що оточують письменницю протягом її свідомого життя в іншому просторі, та водночас принципове наголошення на українській сутності. Змальовуючи екзотику, «мозаїку» у своєму бразильському оточенні, доквітлі та мандрах (у тому числі Святою Землею), ВВ у вірші «Омана» (збірка «Зеніт», 2012) стверджує: «Я знаю, ти любиш... це місто, / любиш казки й легенди, / і навіть, може, деякі забобони... / Любиш мілоську Венеру / і Сфінкса з Гізе... // Але то ще не щем» [2, с. 37]. В описаній реальності вгадується Бразилія, краєвид з балкона в Ріо-де-Жанейро, але водночас це чужина взагалі, що підкреслює ностальгію ліричної героїні.

Для висвітлення цього аспекту доречно висвітлити античний екфрасис і мотив вигнання у ВВ і згаданого франкомов-

ного українця Віктора де Гриценка (фр. Victor de Gritzenko, 1851–1893), про якого в антології М. Стріха подає біографічну довідку: «Франкомовний поет і російський дипломат. Позашлюбний син князя Лева Кочубея. Служив у посольствах у Стамбулі, а згодом у Парижі, де й видав у 1886 році дві книжки сонетів французькою мовою, позначених наслідуванням “парнасців”» [10, с. 706]. Міфологічні паттерни, зумовлені вимогами символізму (а також романтизму, який не остаточно відійшов у минуле, а чії тенденції трансформувалися відповідно до нових вимог мистецтва), тут античні. Зокрема, показовий сонет «Ітака»: опис острова завершується підсумком, що це «Земля, де правив давньої пори / Уліс, блукач, незламний у терпінні» [10, с. 706], «Герой, чий страждання назавжди / Лишилися живі в піснях Гомера» [10, с. 706]. Виокремлюючи тяглість, варто зазначити, що антична символіка (зокрема, міф про Одиссея) перейшла до неокласиків і поетів Празької школи. Цей герой стає втіленням еміграції, пошуків вигнанців власної сутності та прагнень повернутися. У ВВ наскрізний мотив вигнання, мандрів, митарств, самопізнання. Наприклад, в одній із ранніх збірок, «Зоря провідна» (1955, створена переважно в Південній Америці), вірш «Мандрівник» піднімає цю проблему: «Куди жене тебе воля, нестримний мужу? / В твоїм волоссі кубляться дикі вихрі, / Негода карбує твоє обличчя, як скелі, / Твої очі палають, як ватри на полонинах» [3, с. 93]. Образ маскулітний, символіка універсальна (антична, українська...): це можуть бути скелі Ітаки чи інших Одиссеєвих островів, або ж Карпати. Сам герой також універсальний: емігрант, конкістадор, просто мандрівник чи вигнанець.

У зіставленні з ВГ ВВ пропонує цікавий експеримент – фемінінний погляд на Одиссеєві блукання: цей герой та його почет постають як інші образи в сприйнятті жінки. Зокрема, це вірш «Навзікая» у збірці «Жіночі маски» (1994, перевидано як білінгва, у перекладі польською, 2014 р., Люблін). Заголовна героїня відома з міфу: царівна феаків, яка врятувала Одиссея, але була відторгнена ним як дружина, бо той поспішав до Ітаки (мотив, популярний у мистецтві взагалі: влучна характеристика гомерівського героя М. Башкирцевою, сонети М. Зерова «Навсікая», «Саломея» тощо). Звідси самозаявлення у ВВ, описане точно згідно з Гомером: «не судилася доля дружини / тільки юнки що гуляє в м’яча / і вдягає героя в гаптовану мрію» [1, с. 14] – тобто тут показане сприйняття сакральної героїні Одиссеєм. Проте місія Навзікаї виконана, бо ця героїня спрямувала «судно до Ітаки» [1, с. 14]. Інша іпостась – переможниці – описана у верлібрі «Пенелопа», також побудованому на міфі: «таємно я тчу і порю / завжди той самий візерунок / неначе хвилі моря... // я лукавих перехитрила / і відчуваю серцем: / король мій близько – / це їх останній трунок // за недопорений / за недотканий візерунок» [1, с. 24].

Самопрезентація українськості авторкою та її героїнями прикметна, зокрема, у вірші «Анна-Раїна», де символами Анни Ярославни постають тризуб, «багровий килим кохання / що відійшло чорним ходом» [1, с. 120], і нова королева «під чужою китайкою ночі / ...почала новий родовід» [1, с. 120] – кода тут показова для емігрантських культурних діячів узагалі.

Інша постать – ОК, колега ВВ, про яку та неодноразово згадувала в інтерв’ю та присвятила розділ «Олена» у книзі «Коляда на Щедрий Вечір» (2007). За свідченнями ВВ, ОК тривалий час була несвідома свого коріння через ранню смерть батька і малоосвіченість матері, ідентифікуючи себе як «слов’янку», а українською спочатку знаючи лише кілька слів [9]. Національ-

ну свідомість у ній пробудила ВВ. Проте загальна культура, інтелектуалізм, вдало поєднані з абсорбуванням романського оточення, якраз сприяли відновленню зачасних українських архетипів. Отже, відбувся процес зрілого самопізнання. В Україні ОК відкрив Г. Кочур, переклавши два вірші – «Вражливість» і «Зимова пісенька». Для аналізу цікавий перший твір, оскільки він позначений психологізмом і пояснює ментальні особливості авторки: «У мене серце – / Світлиця дзеркальна, / Де відбивається, множачись / Безмежно, / Одне вражіння» [6, с. 92], причому це «ніби флакон дорогих парфумів, / Де назавжди збережена / Пахощів ніжних і витончених / Сутність сама» [6, с. 92]. Ці слова – алюзія до шекспірівського сонета 5, присвяченого зимі й спогадам про літо й кохання: у флаконі вміщено «есенцію краси»: «Не вб’є квіток нещадність снігова: / Не образ, тільки сутність в них жива» [11, с. 3]. Отже, у вірші ОК показано емпатичність і заглибленість ліричної героїні (і самої авторки).

Інший вірш, «Голос коріння» («A voz das raizes», 1951, тут і далі цитати з ОК у перекладі ВВ), позначений пробудженням заявленого у «Враженні»: «Голоси дивного звучання чуваються в моїй душі: / Бринять інші душі серед моєї душі» [7, с. 14]. Або чіткіше оприявлене, як ретроспектива дитинства – «Наука (В пам’ять бабуні Насті)», 1980, привчання до візантійського обряду бабусею-греко-католицкою її внучки, вирощеної в римсько-католицькому соціумі: згадані лампадка, «ікона Тройці», «Терпелива бабуня навчала, / Як побожно бити поклони / І христитися трьома пальцями / І молитися, склавши долоні. / Кажучи слов’янську молитву, / Дівчатко не знало тих слів, / Що губи її повторяли / І що їх Бог розумів» [7, с. 28].

У зв’язку з цим цікавий автор схожій долі – Мирон Лисенко (англ. Myron Lysenko, 1952 р. н.), англomовний «австралійський поет і музикант» [10, с. 709], який у своїх поезіях неодноразово підкреслює власну українськість, причому його лірика побудована за принципами багатьох інших поетів еміграції: спочатку (як ОК) треба знайти в минулому «маркери» самоідентичності, деталі, можливо, атавістичні рештки, що дають змогу простежити паралель з українськими традиціями. В ОК це триперстне хресне знамення (греко-католик автоматично сприймався як українець, римо-католик – як поляк, португалець тощо), читання «Кобзаря», уявлення про слов’янське коріння тощо. У МЛ ідентифікати можна знайти у вірші «Батьки», побудованому на зіставленні (точніше, антитезі) Едварда Теллера, «батька водневої бомби» [10, с. 709], описаного як злого генія, і рідного поетового батька, який «був президентом українців Австралії... вірив, що українці / в новій землі повинні триматися купи» [10, с. 709]. Юність ВВ збіглася з радянською окупацією, Другою Світовою війною, утратою батька (лікаря Остапа Селянського) під час бомбардування Дрездена. МЛ підсумовує: «Воднева бомба і я народилися в 1952-му. / Ми обоє з’явилися на хвилі повального буму. / Мій батько вважав: я – мастак все руйнувати. / Він хотів, аби прогрімів я по всьому світі. / Едвард Теллер хотів того ж для власного дітища» [10, с. 709]. Таким чином, травму і відповідальність за теперішнє і майбутнє ці генерації сублімують творчістю й активною діяльністю, отже, немає жодних підстав ідентифікувати це як «утрачене покоління».

Інший, більше промовистий вірш МЛ, який можна назвати програмовим (причому з відгомоном стилю бітників) – «Я – українець, приятелю», побудований на описовості будовання самоідентифікації – навчання в суботній українській школі, де слова мови здавалися «написаними незвичними лі-

терами» [10, с. 710], і висновує: «Але друга мова важка. / Все в моїй голові / поверталось по-англійському...» [10, с. 710]. Виокремлюється власна чужість для інших «свого» англомовного простору. З ОК МЛ об'єднує зв'язок із землею, якої обоє ніколи не бачили. Справжньою маніфестацією, яка наближає лірику до публіцистики, можна назвати біографічний момент, що нагадує ломку свідомості в Олені Теліги (точніше, «Лєни» Шолгенової, іще до шлюбу): «Я казав усім: я – українець; / і коли мене поправляли: / ні – австралієць! – я не витримував: / якщо кінч народивсь на свинарні, / то що він, стає від цього кнуром?» [10, с. 710]. Причому цікавий момент: мова тут автоматично не гарантує ідентифікату, бо поет прямо зазначає: «Я – українець, був ним і завше буду, / хоча й призабув я мову, / хоча ніколи, можливо, там і не побуваю, / хоч пісні я мугикаю, слова пропускаючи – / байдуже, що здаюся я австралійцем – / я – українець, приятелю!» [10, с. 710].

Висновки. Здійснений аналіз виявляє прийом використання міфічних символів, мотивів, паттернів відповідно до сучасної авторам реальності, тобто тенденції неоміфологізму. Міфологічні (наприклад, апелювання до образу Одисея) і релігійні (згадка про церковне виховання) відповідно у ВВ і ОК показують чіткість орієнтирів, які сприяють зміцненню власної ідентичності (у ВВ) і пробудженню національної самосвідомості (ОК, МЛ). Уперше задіяні переклади іншомовних українських поетів, позначених елітарною культурою, розглядаються не як прикладне, а як теоретичне підґрунтя висновків про збереження самоідентифікації в іншому просторі. Зокрема, це демонструє порівняння лірики Віри Вовк і Віктора де Гриценка, Олени Колодій і Мирона Лисенка. Робота має перспективу продовження з огляду на великий корпус текстів Віри Вовк і Олени Колодій, а також на постійне відкривання і переклади нових творів зарубіжних українців Канади, Австралії тощо.

Література:

1. Вовк В. Жіночі маски – Wira Wowk. Kobiece maski / Віра Вовк ; пер. з укр. мови Тадей Карабович. – Люблін, 2014. – 148 с.
2. Вовк В. Зеніт / Віра Вовк. – Ріо-де-Жанейро – Львів : БаК, 2012. – 102 с.
3. Вовк В. Поезії / Віра Вовк. – К. : Родовід, 2000. – 422 с.
4. Вовк В. Коляда на Щедрий вечір / Віра Вовк. – Львів : БаК, 2007. – 120 с.
5. Григорчук Ю.М. Проза Віри Вовк: виміри сакрального / Ю.М. Григорчук. – Брустурів : Дискурс, 2016. – 364 с.: іл.
6. Колодій Г. Вразливість / Г. Колодій // Кочур Г.П. Друге відлуння: переклади / Г.П. Кочур ; авт. передм. М.О. Новикова. – К. : Дніпро, 1991. – С. 92.
7. Колодій О. Вибрані поезії / Олена Колодій ; з португ. переклала Віра Вовк. – Курітиба, Пр. (Бразилія) : Товариство Прихильників Української Культури, 1983. – 32 с.
8. Кристева Ю. Самі собі чужі / Юлія Кристева ; пер. з фр. З. Борисюк. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 262 с.
9. Лист Віри Вовк до Ольги Смольницької від 20 жовтня 2016 р. (з особистого архіву О. Смольницької).
10. Стріха М.В. Улюблені переклади : поезії / М.В. Стріха. – К. : Український письменник, 2015. – 724 с. – (Серія «In corpore»).
11. Шекспір В. Вибрані сонети у перекладах Ольги Смольницької / В. Шекспір. – Автор. комп'ютерний набір. – 2012–2016. – 17 с. – (На правах рукопису).

Смольницькая О. А. Мифологические и реалистические ориентиры избранной поэзии украинской писательницы в Рио-де-Жанейро Веры Вовк в сопоставлении с иноязычными стихотворениями украинских поэтов в диаспоре

Аннотация. В статье представлен контекстуальный анализ неомифологических тенденций в поэзии Веры Вовк и украинцев, творивших в эмиграции на других языках: Елены Колодий (Бразилия), Виктора де Гриценка (Франция), Мирона Лысенко (Австралия). Задействованы достижения современного украинского перевода и переводоведения.

Ключевые слова: поэзия, эмиграция, перевод, самоидентификация, миф, культуртрегер.

Smolnytska O. Mythological and realistic orientation in the selected poetry by Ukrainian writer in Rio de Janeiro Vira Vovk in comparison with foreign-language poems by Ukrainian poets in the Diaspora

Summary. The article focuses upon the contextual analysis of the neomythological tendencies in the poetry by Vira Vovk and Ukrainians that wrote in emigration in foreign languages: Helena Kolody (Brazil), Victor de Gritzenko (France) and Myron Lysenko (Australia). The results of the new-day Ukrainian translation and translation studies are used.

Key words: poetry, emigration, translation, self-identity, myth, Kulturträger.

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ,
ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

Ігнатенко Д. Є.,

старший викладач кафедри романських мов та світової літератури
Донецького національного університету імені Василя Стуса

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ НА ПОЗНАЧЕННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ТА ПЕРЦЕПТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГЕРМАНСЬКИХ І СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВАХ

Анотація. У статті виявляються особливості вираження категорії інтенсивності у фразеологізмах. Встановлюються та описуються основні метафоричні моделі фразеологізмів, що позначають інтенсивність інтелектуальної та перцептивної діяльності в англійській, німецькій, російській та українській мовах.

Ключові слова: фразеологізм, інтенсивність, метафорична модель, образність, внутрішня форма.

Постановка проблеми. Людина сприймає об'єктивну дійсність крізь призму мови. У фразеологічній системі кожної мови відображаються як універсальні способи осягнення об'єктивної дійсності людиною, так і специфічні риси світосприйняття кожного народу. Інтелектуальна (розумова) діяльність людини є базовою та необхідною передумовою її існування та життєдіяльності. Ментальна сфера існування людини знаходить своє відображення як у лексичному шарі кожної мови (див. роботи Ю.Д. Апресяна [1], В.Г. Гака [6], О.В. Падучевої [8], Z. Vendler [15] та ін.), так і у фразеологічному (див. роботи Л.В. Виборнової [5], О.М. Волобуєвої [4], С.М. Троваті [10]). На відміну від інших дій (фізіологічної, фізичної) розумова дія є унікальною через те, що її реалізація стає можливою за умови використання доволі складних із точки зору онтології та гносеології процесів, властивих чуттєвій сфері людини, її мозку та волі [7, с. 205]. Таким чином, відчуття (сприйняття), воля та мислення дають можливість функціонувати такому надзвичайно складному механізмові життєдіяльності людини, як психічна діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні семантичні групи фразеологізмів (і в зів'язаному аспекті зокрема) вивчалися багатьма дослідниками: А.М. Барановим, Д.О. Добровольським, К.І. Мізіним, В.М. Телією, Н. Burger, A.P. Cowie, J. Korhonen та ін. Проте фразеологізми (далі – ФО) зі значенням інтенсивності інтелектуальної та перцептивної діяльності не були предметом спеціального розгляду у порівняльному аспекті, що зумовлює актуальність пропонованого дослідження.

Метою статті є встановлення фразеосемантичних підгруп (далі – ФСПП) із використанням формул тлумачення (далі – ФТ) та опис основних метафоричних моделей, за допомогою яких виражається значення інтенсивної інтелектуальної та перцептивної діяльності у фразеологізмах англійської, німецької, російської і української мов. Досягнення цієї мети потребує вирішення таких завдань: 1) визначити корпус фразеологічних одиниць, що позначають інтенсивність інтелектуальної та перцептивної діяльності; 2) виявити та описати семантичні підгрупи досліджуваних фразеологічних одиниць у порівнюваних мовах; 3) встановити спільні та унікальні метафоричні моделі, за допомогою яких виражається значення інтенсивності інтелектуальної та перцептивної діяльності у досліджуваних одиницях.

Матеріал дослідження склали 159 фразеологізмів (англ. – 35 ФО; нім. – 30 ФО; рос. – 46 ФО; укр. – 48 ФО), отриманих методом суцільної вибірки із одно-та двомовних фразеологічних словників зіставлюваних мов [9, 11, 12, 13].

Виклад матеріалу дослідження. У пропонованій роботі до ФО, що позначають інтенсивну інтелектуальну та перцептивну діяльність, зараховувалися одиниці із загальною семантикою перцепції (сприймання) та мислення, а саме такі ФО, які фіксують напружену дію, перебіг сприйняття чогось / когось (за допомогою зору, слуху) або осмислення, розуміння чогось, пор.: англ. *beat your brains out* «to think very hard about sth for a long time» «дуже напружено думати над чимось тривалий час» [12, с. 60]; нім. *sich nach jmdm., etw. die Augen ausgucken* «angestrengt nach jmdm., etw. Ausschau halten» «напружено вдивлятися в когось / щось (очима)», букв. «видивлятися очі» [13, с. 74–74]; рос. *стричь ушами* «напряженно прислушиваться (испытывая страх, тревогу)» [11, с. 666]; укр. *краяти собі мозок* «думати, ретельно розмірковувати над чимось» [9, с. 312]. У межах цієї групи на основі диференційних сем (сприйняття чи мислення, спосіб сприйняття – слух чи зір) було виокремлено 4 ФСПП ФО із ФТ:

1) *X (істота/неістота) дуже напружено дивиться (спостерігає) за Y (істотою/неістотою, предметом);*

2) *X (істота/неістота) дуже напружено слухає Y (істоту/неістоту) / прислухається до навколишнього середовища;*

3) *X (істота) дуже напружено роздумує/думає про Y (істоту/неістоту, предмет) або P (подію, ситуацію);*

4) *X (істота/неістота) дуже сильно хоче/бажає виконати певну дію V (істи, пити, працювати, битися та ін.).*

1.1. ФО із ФТ «*X (істота/неістота) дуже напружено дивиться (спостерігає) за Y (істотою/неістотою, предметом)*» містить 51 ФО (англ. – 10, нім. – 13, рос. – 15, укр. – 13). Ці ФО пов'язані зі сприйняттям суб'єктом навколишнього середовища за допомогою зору. Зорове сприйняття дійсності визнається багатьма дослідниками як основний вид перцептивної діяльності [3], оскільки сприйняття зором дає нову інформацію, тобто є джерелом знань, а також зумовлює нашу поведінку у певних обставинах. ФО цієї підгрупи характеризують дії суб'єкта, пов'язані із процесом пильного, напруженого спостереження за кимось/чимось. Значення інтенсивності зорового сприйняття реалізуються в аналізованих мовах по-різному.

Так, у германських і російській мовах використовується метафорична модель «людина, яка напружено дивиться, спостерігає за ким-, чим-небудь – птах/тварина, які мають гострий зір». В англійській мові інтенсивна дія зорового спостереження передається через образ птаха, а саме орла або сокола (яструба), оскільки вони мають дуже гострий і пронизливий зір і видивляються собі їжу, літаючи високо в повітрі, пор.: англ. *watch sb/*

sth with an eagle eye, букв. 'дивитися на когось/щось орлиним оком', тобто 'дивитися на когось/щось дуже близько та уважно' [12, с. 110]. У німецькій та російській мовах своєрідним еталоном гострого зору є рись, пор.: *Augen haben wie ein Luchs*, букв. 'мати очі як у рисі', тобто дуже пильно дивитися [13, с. 73], рос. *как рысь смотрит*, тобто дуже уважно, напружено [11, с. 531]. Лише у німецькій мові зафіксована ФО, в якій гострий зір пов'язується із мисливським собакою, пор.: нім. *aufpassen wie ein Schießhund* 'sehr scharf aufpassen' 'дуже сильно наглядати, слідкувати', букв. 'слідкувати як мисливський пес' [13, с. 411].

Метафоричний перенос «людина, яка дуже пильно дивиться, слідкує за ким-, чим-небудь – міфічна істота, яка має гострий зір» реалізується в німецькій мові, в якій інтенсивне зорове сприйняття асоціюється з образом Аргуса, персонажа грецької міфології, багатоокого велетня-сторожа, який був дуже пильним та уважним, помічав усе навколо, пор.: нім. *mit Argusaugen beobachten* 'mit sehr scharfen Augen, äußerst wachsam beobachten', букв. 'спостерігати очима Аргуса', тобто надзвичайно пильно спостерігати, слідкувати [13, с. 46].

У трьох із порівнюваних мов (німецькій, російській та українській) відбите уявлення про те, що напружена зорова перцепція може призводити до деструкції організму. У цих мовах реалізується метафоричний перенос «напружене зорове сприйняття – фізична дисфункція людського організму» (нім. – 2 ФО, рос. – 3 ФО, укр. – 1 ФО), пор.: нім. *sich die Pupillen verstauchen* 'die Augen durch angestrenktes Lesen ermüden' 'втомити очі через напружене читання', букв. 'звихнути зіниці' [13, с. 570]; рос. *обмозоливает все глаза* 'неотривно смотреть на кого-, що-либо' [11, с. 117]; укр. *очі мало не вискакують з голови* 'хтось дуже пильно, напружено, збуджено та ін. дивиться на кого-, що-небудь' [9, с. 477]. Виразенню інтенсивності дії у поданих ФО сприяють експліцитні засоби, зокрема словотворчі елементи (префікси: нім. *ver-*, рос. *об-*), які вказують на негативний результат для суб'єкта такої напруженої дії, що призводить до (уявної) фізичної деструкції, а також незвична сполучуваність дієслова та іменника (пор. нім. *Pupillen verstauchen*, рос. *обмозолить глаза*, укр. *очі вискакують*).

В усіх порівнюваних мовах очі як засіб зорового сприйняття дійсності порівнюються із фізичними інструментами, яким можна завдати шкоди. На цій основі було виділено метафоричну модель «деструктивна фізична дія – напружене зорове сприйняття». У таких ФО дія, пов'язана із зоровим сприйняттям, асоціюється із фізичною дією, результатом якої є руйнування чогось, порушення його структури, а інструментом такої дії у ФО найчастіше є очі (рідше – зір). Реалізація цієї моделі досягається різними семантичними та формальними мовними засобами. Зокрема, значення інтенсивності може формувати незвична сполучуваність дієслівних компонентів, які вказують на порушення структури, руйнування чогось (англ. *strain*; нім. *durchbohren*; рос. *впивать(ся)*, *ялится*, *таращить*, *лупит*; укр. *встромляти*, *впинати*, *зривати*, *лупити*), із іменниками-соматизмами (англ. *eyes*, нім. *der Blick*, рос. *глаза*, *очи*, *зенки*, *шары* (грубо-прост.), укр. *очі*, *погляд*, *зір*, *баньки* (зневажл.), пор.: англ. *strain your eyes*, букв. 'напружувати/розтягувати свої очі', тобто дуже сильно намагатися щось побачити [12, с. 160]; нім. *jmdn mit Blicken durchbohren*, букв. 'просверлювати когось поглядами' [13, с. 57]; рос. *впивается глазами* 'пристально, неотриваясь смотреть на кого-либо или на что-либо' [11, с. 81]; укр. *встромляти очі* 'пильно вдивлятися в кого-, що-небудь' [9, с. 134].

Очі можуть мислитися не тільки як фізичні інструменти, якими можна пошкоджувати, руйнувати що-н./кого-н., а й як фізіологічні органи, за допомогою яких можна виконувати певну фізіологічну дію (їсти), пор.: нім. *j-n, etw. mit den Augen (förmlich, geradezu) verschlingen* букв. '(мало) не ковтати когось очима' [13, с. 34]; рос. *ест глазами* 'пристально, неотривно или подобострастно смотреть на кого-л. / что-л.' [11, с. 155]; укр. *поглинати очима* (поглядом, зором) 'жадібно, з напруженою увагою дивитися на кого-, що-небудь' [9, с. 527]. В англійській мові такої синестезії не виявлено.

Зважаючи на важливість очей у процесі пізнавальної діяльності людини (оскільки очі є єдиним органом зорового сприйняття навколишньої дійсності), не дивно, що у більшості випадків у ФО основне смислове навантаження припадає саме на компонент-соматизм 'очі', а також на співвідносні з ними поняття 'погляд, зір'. Це знайшло своє відображення у типі метонімічного переносу (конкретніше – синекдохи) «людина, яка дуже уважно спостерігає за ким-, чим-небудь, дивиться на кого-, що-небудь – частина людини, яка виконує функцію зорового сприйняття (очі, погляд)» (англ. – 7 ФО, нім. – 6 ФО, рос. – 5 ФО, укр. – 3 ФО), тобто у цих ФО реалізується принцип *pars pro toto*, пор.: англ. *keep an eye open* 'to watch carefully and continuously for something' 'дивитися на що-небудь уважно та тривалий час' [12, с. 57]; нім. *ganz Auge sein* 'mit großer Aufmerksamkeit zu-, hinsehen' 'дивитися/спостерігати з великою увагою' [13, с. 30]; рос. *смотреть в оба* 'очень внимательно, пристально, не упуская ничего из виду' [11, с. 289]; укр. *не відривати очей (погляду)* 'весь час уважно, пильно дивитися на когось, щось' [9, с. 105].

Очі можуть мислитися як певне вмістище, з якого можна людину не випускати (нім. *j-n, etw. scharf im Auge haben (behalten)* 'j-n, etw. streng beobachten' 'за кимось/чимось сильно (суворо) наглядати', букв. 'сильно мати (утримувати когось, щось у оці)' [13, с. 33]. Цікаво, що уявлення про «багатоокість» як умову пильного зорового сприйняття, яке зустрічається в образі велетня-сторожа Аргуса, зафіксованого в німецькій ФО, знаходить своє відображення і на матеріалі слов'янських мов. Так, уявлення про те, що велика кількість очей (більше двох), що зазвичай сприймається як аномалія, дає змогу пильно, напружено та уважно за чимось спостерігати, зафіксоване у таких ФО, пор.: рос. *смотреть во все глаза* 'очень внимательно, пристально, проявляя особый интерес' [11, с. 104], *в три глаза смотреть* 'с напряжением, вниманием смотреть' [11, с. 132]; укр. *в сто очей дивитися* 'уважно стежити за ким-небудь, контролюючи дії, вчинки; старанно пильнувати' [9, с. 196] (займенник *все*, числівники *три*, *сто* сприяють формуванню інтенсивності в аналізованих ФО).

1.2. ФО з ФТ «Х (істота / неістота) дуже напружено слухає Y (істоту/неістоту) / прислухається до навколишнього середовища» у кількісному плані поступаються групі ФО, що позначають інтенсивність зорового сприйняття (англ. – 6 ФО, нім. – 7 ФО, рос. – 9 ФО, укр. – 6 ФО).

ФО другої підгрупи характеризують не менш важливу для людської життєдіяльності перцепцію – слухове сприйняття, а саме дію суб'єкта, під час якої він напружено слухає щось, пильно прислухається до навколишнього середовища. В усіх ФО цієї підгрупи ключовим іменниковим компонентом є соматизм *вухо* (*ear / Ohr / ухо / вухо*). Саме цей орган слухового сприйняття набуває різних асоціацій у ФО.

Насамперед людина, яка напружено, уважно слухає щось, опосередковано порівнюється у ФО всіх зіставлених мов із тва-

риною (собакою, котом, конем), у яких дуже розвинений слух, які, відчуючи небезпеку або якийсь зайвий, незнайомий шум, піднімають, нашорошують вуха (як коти та собаки, наприклад) або водять вухами назад-вперед, що нагадує рух ножиць (як коні). На цій підставі виникає метафорична модель «*тварина (собака, кіт, кінь), яка має гострий слух* → *людина, яка напружено слухає/прислухається*», яка є в усіх порівнюваних мовах (англ. – 2 ФО, нім. – 3 ФО, рос. – 2 ФО, укр. – 2 ФО), пор.: англ. *prick your ears up* «to start to listen carefully to what someone is saying, often because you think you may find out something interesting» «почати слухати дуже уважно, що хтось говорить, бо думаш, що можеш дізнатися про щось цікаве», букв. «нагострити вуха» [12, с. 111], нім. *die Ohren spitzen* «aufmerksam lauschen» «уважно прислуховуватися / слухати», букв. «нагострити вуха» [13, с. 562]; рос. *стричь ушами* «напружено прислушиваться (испытывая страх, тревогу)» [11, с. 666]; укр. *насторожувати / нагострювати вуха* «напружено, уважно прислухатися до чогось» [9, с. 427].

Вуха можуть уподібнюватися до різних артефактів, що знаходять своє відображення у метафоричній моделі «*рухати вуха у певному напрямку подібно до артефактів (антена, стулки вікна, клубок ниток), що розміщуються у певному місці і/або певним чином*». Так, у німецькій мові вуха можуть уподібнюватися до антени (наприклад, радіоприймача), а її налаштування і робота порівнюються із дією уважного, напруженого слухання, пор. нім. *die Ohren auf Empfang stellen* «genau, aufmerksam zuhören» «ретельно, уважно слухати», букв. «ставити вуха на прийом» [13, с. 562] (пор. також укр. ФО із подібним значенням: *розставляти вуха* «слухати з повним довірою, дуже уважно, захоплено, забуваючи про все навколишнє» [9, с. 758]); або до стулок вікна, які можна відкрити навстіж, що сприяє кращому проникненню повітря та шумів навколишнього середовища, напр. нім. *die Ohren aufmachen/aufsperrren/auf tun* «genau, aufmerksam zuhören» «ретельно, уважно слухати», букв. «розкривати / розкривати настіж вуха» [13, с. 562].

У слов'янських ФО вуха можна *розпускати* (як, наприклад в'язаний виріб або клубок ниток), *роззубити* (як якісь дрібні предмети, які важко зібрати), *розвішати*, пор.: рос. *распускать уши* «внимательно и долго слушать кого-либо, проявляя излишнее любопытство к содержанию разговора» [11, с. 567]; укр. *розпускати вуха* «уважно, з цікавістю, із великим захопленням» [9, с. 756].

1.3. ФО з ФТ «*X (істота) дуже напружено роздумує/думає про Y (істоту/неістоту, предмет) або P (подію, ситуацію)*» характеризують напружену розумову діяльність людини, спрямовану на отримання певної інформації, вирішення певних завдань/проблем. Ця ФСПП є у 29 ФО (англ. – 9 ФО, нім. – 3 ФО, рос. – 7 ФО, укр. – 10 ФО).

В усіх порівнюваних мовах напружена розумова діяльність людини метафорично пов'язується із деструкцією організму за моделлю «*людина, яка напружено думає, ніби здійснює/спричиняє фізичну (анатомічну) деструкцію певної частини свого тіла*», пор.: англ. *rack one's brain* букв. «роздирати мозок» [12, с. 46]; нім. *sich (Dativ) den Kopf zerbrechen* букв. «ламати голову» [13, с. 437]; рос. *поломать голову* «усилено думати, стараясь понять, разрешить что-нибудь трудное» [11, с. 232]; укр. *голова тухне / репається* «хто-небудь напружено думає про що-небудь, постійно зосереджений на чому-небудь» [9, с. 157]. Значення інтенсивності розумових дій реалізується за рахунок незвичного сполучення дієслів деструкції (англ. *rack*, нім.

zerbrechen, рос. (по)ломать укр. *репатися/пухнути*) із соматизмами та співвідносними із ними поняттями (англ. *brain*; нім. *Kopf*; рос. *голова*, ум; укр. *голова*, *розум*).

В англійській, російській та українській мовах інтелектуальна діяльність уподібнюється до фізичної, тобто дії ментальної сфери переносяться у сферу фізичних дій, які зазвичай потребують значних зусиль. Це призводить до появи метафоричної моделі «*напружене думання/роздумування – докладання (важких) фізичних зусиль*», пор.: англ. *search one's mind* «напружено думати», букв. «обшукувати, уважно оглядати розум (з метою знайти там що-небудь)» [12, с. 407]; рос. *шевелить мозгами* «заставлять себя думать, соображать» [11, с. 207]; укр. *сушити голову* «прагнути збагнути, осмислити щось; вирішити яке-небудь важке, складне питання» [9, с. 281].

1.4. ФО з ФТ «*X (істота/неістота) дуже сильно хоче/бажає виконати певну дію V (істи, пити, працювати, битися та ін.)*». ФО цієї ФСПП виражають сильні бажання істот щось зробити/отримати і містять 50 ФО (англ. – 10 ФО, нім. – 7 ФО, рос. – 14 ФО, укр. – 19 ФО).

Бажання людини пов'язані із психічно-емоційною сферою та волею, однак бажання, навіть якщо вони є суто фізіологічними, контролюються розумом, йому підпорядковані. Матеріал аналізованих ФО показує, що сильне бажання викликає у свідомості мовців різноманітні асоціації. Зокрема, сильне бажання як розумово-вольова дія може отримувати свій фізичний вияв, тобто проявлятися у фізичному стані людини, спричиняти певний фізичний дискомфорт/біль, пор.: англ. *one's (the) mouth waters*, букв. рот стікає слиною, тобто хто-н. має сильне бажання до чогось [12, с. 418]; нім. *sich <Dativ> alle zehn Finger nach etw., jmdm. lecken* «auf etw. begierig sein, jmdm. heftig begehren» «палко бажати чогось; сильно когось добиватися, бажати», букв. «облизувати собі усі десять пальців (бажаючи чого-, кого-небудь)» [13, с. 225]; рос. *слюнки текут* «кто-либо испытывает сильное желание съесть, попробовать или выпить что-либо вкусное или приобрести что-либо заманчивое, нужное» [11, с. 631]; укр. *аж шкура труситься* «хто-небудь має сильне бажання до чогось» [9, с. 777].

У германських мовах в аналізованій ФСПП виявлено метафоричну модель «*дуже сильно хотіти зробити, отримати що-небудь – бути ладним пожертвувати найціннішим*» (по 2 ФО в кожній мові). Так, маючи сильне бажання щось здобути, отримати, чогось досягти, англієць може пожертвувати очний зуб або праву руку, а німець – право наслідування (спадку), пор.: англ. *somebody would give their eye teeth for something*, букв. «ладен віддати очний зуб (верхній клик) за щось», тобто хто-н. хоче чогось дуже сильно [12, с. 450]; нім. *dafür würde ich meine Erstgeburt (her)geben/verkaufen* «dafür würde ich sehr viel geben» «бути ладним багато віддати за щось», букв. «за це я би міг віддати/продати первородство» [13, с. 108].

У слов'янських мовах ці ФО оформлюються за моделлю «*хотіти (чогось) + прийм. до + (абстрактний) іменник*». Ця модель вказує на граничність, крайній ступінь бажання, яке із певних причин не може бути виконане, пор.: рос. *до смерти хочет* «безмерно, донельзя, очень сильно» [11, с. 74]; укр. *до неможливості хотіти* «надзвичайно, дуже сильно» [9, с. 118].

Висновки. Зіставний аналіз ФО на позначення інтенсивної інтелектуальної та перцептивної діяльності в германських та слов'янських мовах показав, що в основі ФО на позначення інтенсивної інтелектуальної та перцептивної діяльності у зіставлюваних мовах у цілому лежить широка низка асоціацій,

які знаходять своє вираження у різних типах метафоричних та метонімічних переносів. Метафора як основний спосіб утворення аналізованих ФО має чітко виражений антропоцентричний характер, що дає змогу виявити спільні та відмінні риси у сприйнятті та відображенні представниками різних лінгвосоціумів навколишньої дійсності. Найчастіше напруженість інтенсивної інтелектуальної діяльності та перцепції (зорової та слухової) пов'язується із деструкцією людського організму, а також порівнюється із діями тварин, які у свідомості є еталонами гострого слуху/зору.

Перспективою подальших досліджень є порівняльний аналіз інших семантичних груп ФО зі значенням інтенсивних дій, станів та процесів.

Література:

1. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю.Д. Апресян // Избранные труды. Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. – № 1. – М., 1995. – С. 37–68.
2. Апресян Ю.Д. Экспериментальное исследование семантики русского глагола / Ю.Д. Апресян. – М.: Наука, 1967. – 256 с.
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1996. – 411 с.
4. Волобуева О.М. Концептуальное поле «человек и его интеллект» в русской и английской фразеологии : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание», 10.02.01 «Русский язык» / О.М. Волобуева. – Тюмень, 2011 – 23 с.
5. Выборнова Л.В. Структурно-семантические свойства фразеологизмов со значением интеллектуальной деятельности (на материале словарей) / Л.В. Выборнова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2006. – № 17. – С. 179–182.
6. Гак В.Г. Пространство мысли (Опыт систематизации слов ментального поля) / В.Г. Гак // Логический анализ языка. Ментальные действия. – М.: Наука, 1993. – С. 22–29.
7. Іваницька Н.Б. Дієслівні системи української та англійської мов: парадигматика і синтагматика: монографія / Н.Б. Іваницька. – Вінниця: СПД Главацька, 2011. – 636 с.
8. Падучева Е.В. К аспектуальным свойствам ментальных глаголов : совершенные видовые пары / Е.В. Падучева // Логический анализ языка : Ментальные действия. М., 1993. – С. 111–120.
9. Словник фразеологізмів української мови / Уклад. В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук, Н. М. Неровня, Т.О. Федоренко. – К.: Наук. Думка, 2003. – 787 с.
10. Тривати С.Н. Вербализация основных концептов, представляющих интеллектуально-эмоциональную деятельность человека (на материале английской и русской фразеологии) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 «Теория языка» / С.Н. Тривати. – Воронеж, 2002. – 22 с.
11. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка [Текст] : около 13000 фразеологических единиц / А.И. Федоров. – 3-е изд. – Москва : АСТ : Астрель, 2008. – 879 с.
12. Cambridge international Dictionary of Idioms [editor E. Walter]. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 587 p.
13. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Band 11. – Dudenverlag : Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich. – 959 S.
14. Vendler Z. Verbs and Times / Z. Vendler // Linguistics in Philosophy. – Ithaca, New York, 1967. – P. 97 – 121.

Игнатенко Д. Е. Фразеологические единицы, обозначающие интенсивность интеллектуальной и перцептивной деятельности в германских и славянских языках

Аннотация. В статье выявляются особенности выражения категории интенсивности во фразеологизмах. Устанавливаются и описываются основные метафорические модели фразеологизмов, обозначающих интенсивность интеллектуальной и перцептивной деятельности в английском, немецком, русском и украинском языках.

Ключевые слова: фразеологизм, интенсивность, метафорическая модель, образность, внутренняя форма.

Ignatenko D. Phraseological Units which marked Intensity of Intellectual and Perceptual Activity in Germanic and Slavonic Languages

Summary. The article deals with the analysis of phraseological units which marked intensity of intellectual and perceptual activity in English, German, Russian and Ukrainian. The specificity of the category of intensity and idiomatic means of its expression are described in the article. The semantic analysis has made it possible to pick out basic metaphorical models of the phraseological units.

Key words: phraseological unit, intensity, metaphorical model, figurativeness, inner form.

Коломієць О. М.,
аспірант

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

ЗВ'ЯЗНІСТЬ ВЕРБАЛЬНИХ ТА ІКОНІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ГАЗЕТНИХ СИНОПТИЧНИХ ТЕКСТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ, ПОЛЬСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

Анотація. Стаття присвячена вивченню взаємозв'язку вербальних та іконічних елементів. Проаналізовано план змісту та план вираження тексту.

Ключові слова: універсальний іконічний елемент, вербальний елемент, план змісту, план вираження, реконструкція.

Постановка проблеми. Розгляд тексту як системи знаків становить основу структурної лінгвістики. Розгляд ГСТ як системи знаків, кодів та поєднання різних типів інформації дає змогу здійснити реконструкцію плану змісту та плану вираження. Проте все ще недостатньо вивченою залишається проблема зв'язності вербальних та іконічних елементів газетних синоптичних текстів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ч.С. Пірс, Г. Фреге, Ф. де Соссюр, Р.О. Якобсон розуміли знак як мінімальний носій мовної інформації, що має двосторонню сутність – *план вираження (денотат)* та *план змісту (нематеріальний зміст)*, та зауважили, що знаком може бути окремий звук, слово або речення [9]. Американський вчений Ч.С. Пірс розділив знаки на три категорії: *іконічні* (план вираження схожий на план змісту), *конвенційні* (план вираження не має нічого спільного із планом змісту), *індексальні* (план вираження пов'язаний із планом змісту за суміжністю) [8, с. 102].

У. Еко у своїй книзі «Відсутність структури. Введення в семіологію» розглядав іконічний знак як знак, що має подібність до об'єкту, котрого стосується. На його думку, *іконічний знак* відтворює деякі загальні умови сприйняття, складається з декількох кодів, а саме кодів передачі, іконічних та риторичних кодів [6, с. 74].

У ГСТ за допомогою зображень на блок-схемах абстрактні поняття передаються конкретно, зрозуміло читачу (напряму вітру передається стрілкою у синоптичних текстах англійської, німецької, польської та української мов). Це дає змогу зробити припущення про *універсальні іконічні елементи ГСТ*, які присутні у синоптичних текстах англійської, німецької, польської та української мов, а також у текстах інших мов. Основною **метою статті** є аналіз зв'язку текстового та графічного видів інформації, а також зв'язності графічних та вербальних елементів ГСТ.

Виклад основного матеріалу. Під *універсальними іконічними елементами ГСТ* ми розуміємо експліцитно виражені зображувальні компоненти, які легко впізнаються читачем незалежно від мови написання ГСТ. Аналіз синоптичних текстів англійської, польської та української мов доводить, що серед універсальних іконічних елементів є такі зображення: *хмара* на позначення стану атмосфери, *стрілка* на позначення напрямку та сили вітру, *сніжинка* на позначення опадів у вигляді снігу, *краплі* на позначення опадів у вигляді дощу, використання відміток *білого* та *синього* кольорів на позначення температури вдень та вночі відповідно, *блискавка* на позначення грози. Інші іконічні елементи на позначення решти природних та атмосферних явищ можуть варіюватись у різних мовах, що пояснюється традицією співвіднесення тих чи інших явищ природи

з певними іконічними елементами. У таких випадках іконічні елементи мають на меті викликати прямі асоціації з тими чи іншими явищами природи, несуть у собі інформаційний код, що закріпився у свідомості народу та знайшов своє відображення у публікаціях синоптичних текстів.

Все частіше ГСТ мислиться як *полікодовий* текст, зважаючи на змістову та функціональну єдність, високу інформативність або змістовність, створену вербальними та іконічними елементами. І.Р. Гальперин розрізняє три види інформації:

1) *змістово-фактуальну інформацію*, що відображає конкретний опис подій, фактів, процесів, які відбуваються у реальному світі, експліцитні, виражені вербально у предметно-логічних значеннях, на основі досвіду;

2) *змістово-концептуальну інформацію* – індивідуально-авторське розуміння відношень між явищами, що описані засобами попереднього типу інформації, задум автора, його інтенція;

3) *змістово-підтекстову інформацію* – імпліцитний зміст тексту, що ґрунтується на здатності одиниць мови породжувати асоціативні та конотативні значення, а також на здатності речень у надфразових єдностях додавати певні смисли [3, с. 25–41].

Змістовно-фактуальна інформація як вербалізоване повідомлення про факти, процеси, явища природи, які відбуваються або будуть відбуватися, широко представлена у ГСТ. Фактуальність оптимізує інформаційний баланс, оскільки легше сприймається й усвідомлюється читачем та не потребує від нього застосування значних масивів допоміжної для декодування інформації. Така текстова інформація ГСТ повинна бути повною, оперативною, достовірною. Повнота інформаційної складової ГСТ визначається її *обсягом*, який повинен бути необхідним і достатнім для прийняття конкретних рішень; її недостатність знижує обґрунтованість таких рішень.

Змістовно-концептуальна інформація (ЗКІ) ГСТ найбільш характерна для ГСТ англійської та німецької мов, оскільки повідомляє читачу індивідуально-авторське розуміння відношень між явищами природи, що описані засобами змістовно-фактуальної інформації, задум автора, його інтенцію, сприймання читачем причинно-наслідкових зв'язків, їх значущості. Така інформація здобувається з усього тексту та являє собою переклад зазначених фактів, процесів, які відбуваються у природі та подані автором у самому тексті.

Змістовно-підтекстова інформація (ЗПІ) не є характерною для ГСТ, оскільки являє собою «приховану інформацію», «потік додаткових смислів», що реалізується переважно засобами вторинної номінації та є факультативною відносно змістовно-фактуальної та змістовно-концептуальної інформації. Підтекстова інформація виявляє прихований смисл, який здобувається з опису фактів, явищ, подій завдяки здатності одиниць мови породжувати асоціативні та конотативні значення, а також завдяки здатності речень у надфразових єдностях додавати певних смислів [3, с. 27].

Специфіка реалізації категорії інформативності в текстах полягає в експлікації чинників комунікативної ситуації, використанні невербальних форм прагматичного компонента інформування, поліаспектності прагматичних настанов автора та змістовний структури суб'єктивно-модальної інформації, що співвідноситься із ними.

Додаткові прагматичні настанови реалізуються локально у відрізках тексту, що лінійно розгортаються розміром від речення до слова або словосполучення. До розряду додаткових прагматичних настанов належать:

- 1) підвищення вірогідності й авторитетності повідомлення;
- 2) привернення уваги до рубрики загалом і конкретного блоку інформації зокрема;
- 3) прагнення розширити читачку аудиторію;
- 4) активізація уваги за рахунок засобів образності, експресивності, емоційності, оцінності [5, с. 42].

Досить часто *план вираження тексту* ототожнюється з його композиційною структурою. Універсальний підхід до дефініції поняття пропонує М.П. Брандес. Дослідниця ототожнює *композицію* із формою – системою способів, прийомів, планом вираження, представлення, перетворення й функціонування змісту; проте окреслює *три* аспекти: *аспект зовнішньої мовної форми, аспект доцільності зовнішньої форми та інформаційний знаково-символічний аспект* [1, с. 54]. *Аспект зовнішньої мовної форми* пов'язаний із мовленнєвим утіленням функціонального змісту за допомогою використання мовних засобів. *Аспект доцільності зовнішньої форми* втілює функції призначення об'єктивного змісту тексту, він зумовлений жанровими особливостями тексту й реалізується у вигляді жанрово-стилістичної конструкції предметного змісту. *Інформаційний знаково-символічний аспект форми* пов'язаний із культурно-історичним контекстом; цей аспект забезпечує функціонування предметного змісту тексту.

У сучасному розумінні *композиція тексту* – це схема організації та структурної впорядкованості, що відображає будову, співвідношення та розташування його частин, членування на змістові частини, порядок їх слідування та взаємозв'язок між ними. Розрізняють *внутрішню (глибинну) композицію* та *зовнішню*. Глибинна композиція являє собою сукупність точок зору, тоді як зовнішня становить архітектонічне оформлення матеріалу.

Внутрішню, глибинну композицію лінгвіст Б.А. Успенський пропонує розглядати як сукупність точок зору у творі. Точка зору в конструкції тексту – це своєрідний ракурс, з якого сприймається текстуальна інформація, у поєднанні з архітектонікою тексту вона актуалізує динаміку розвитку його художнього змісту [8, с. 13]. Мовознавець окреслює такі аспекти точки зору, як ідейно-ціннісний (ідеологічний), лінгвістичний (фразеологічний), просторово-часовий, психологічний, зовнішній і внутрішній. Ідейно-ціннісний або ідеологічний аспект точки зору втілює аксіологічний рівень твору – загальну систему світосприйняття.

Єдина ідейно-ціннісна точка зору у тексті актуалізується оцінкою зображеної дійсності від імені автора або персонажу твору. Проте у тексті можуть існувати водночас декілька рівноправних аксіологічних точок зору, таке явище називають поліфонією [4, с.158]. Мовний або фразеологічний аспект реалізується лінгвістичними засобами, які характеризують її носія. Стиль мовлення оповідача або героя визначає його світогляд, це пов'язує мовну точку зору з ідейно-ціннісною.

Просторово-часовий аспект точки зору дає змогу реципієнту сприймати подію, пейзаж, інтер'єр через призму авторського бачення або з позиції персонажа твору. У деяких випадках точка зору хронотопу автора й персонажа співпадають. Можливим є співіснування декількох просторово-часових точок зору в ме-

жах одного твору [4, с. 160].

Психологічний аспект точки зору полягає в урахуванні психологічних особливостей свідомості персонажу, його суб'єктивних або об'єктивних поглядів при зображенні подій. За наявності декількох психологічних точок зору відбувається поліфонія індивідуально сприйняття. Це відбувається у результаті співставлення суб'єктивно-індивідуальних світів різних персонажів у межах одного твору [4, с. 161].

Зовнішній аспект точки зору – це опис подій від імені спостерігача, що не бере в них безпосередню участь. Внутрішню точку зору представляє персонаж, від імені якого ведеться оповідь [4, с. 162].

Композиція текстів зазвичай розуміється як послідовність *трьох основних частин* мовного повідомлення: *вступу, головної частини і висновку*. *Вступ* припускає введення у тему і зміст тексту, подання матеріалу, постановку проблеми, конкретизацію аспекту її розгляду та ін.

Головна (основна) частина містить розвиток концепції, наміченої вступом. Тут безпосередньо і різнобічно розкривається тема, вирішуються поставлені проблеми, повідомляються основні відомості. У цій частині особливо важливе співвідношення загальних і окремих питань, абстрактних понять і конкретних прикладів, фактичних і статистичних відомостей тощо.

У *головній частині* автор викладає основний матеріал, щодо якого виноситься судження або оцінка; аналізує (відкидає або приймає) чужі судження чи оцінки, пропонує своє розуміння теми. Комунікативний намір суб'єкта мовлення реалізується за допомогою констатації, доказів, спростування та інших способів аргументації, що містять *тезу* – основне положення, яке доводиться у процесі мовлення, *аргументи* – положення, які наводяться в обґрунтування тези та істинність яких є доведеною. Найважливіша роль в основній частині належить тезису, його підтвердженню або спростуванню.

Головна частина по-різному представлена у ГСТ англійської, польської та української мов. Зіставлення текстів трьох мов свідчить, що головною характерною особливістю, якою відзначаються ГСТ, є поєднання тексту із графічними елементами. Тут часто трапляється інформація, виділена курсивом, заміна кольору шрифту, математичні знаки та фігури, введення тексту у текст.

Науживанішим засобом виявилось використання математичних знаків та фігур, а також зміна кольору тексту (38% загальної кількості прийомів симбіозу): *During the same winter one particular meteorological event scared the living daylight out of Londoners ♦ literally rain* [11, с. 40].

В англійських прогнозах погоди знак ♦ трапляється досить часто, скоріше це є відображенням мінливості погоди Великобританії, що й стало першопричиною появи відповідного знаку у тексті.

Іншою поширеною особливістю є виділення та заміна кольору шрифту (23%): *The crucial thermometer reading is 6°C, for most plants are effectively dormant below this threshold. The higher the temperature is above it, the faster growth is. When you consider that the mean January and February temperatures over the vast bulk of the UK are below 6°C it is easy to understand why lawnmowers are so rarely required in February rain* [11, с. 40]. Найчастіше це стосується інформації, на яку читачеві слід звернути увагу, а також інформації із додатковим смисловим навантаженням.

Використання великої кількості математичних знаків та фігур є візитівкою ГСТ, оскільки ключовою ознакою ГСТ є його інформативність (20%): *This is unprecedented for any 31-day period in mid-winter in 342 years of records. The mean temperature in the Isles of Scilly was 11.8°C, and 10°C was exceeded here on 34 consecutive days rain* [11, с. 40].

В англійських ГСТ частою є практика введення тексту у текст за допомогою дужок, автор таким чином дає додаткове змістове навантаження, повідомляє інформацію, посиляючись на власну обізнаність (19%): *If this changeover should happen within, say, a week of the autumnal equinox (on or around the 22nd) mariners will talk knowingly of «equinoctial gales»* [11, с. 40].

Заміна шрифту та підкреслення є типовими характеристиками для німецьких ГСТ (40%): *Nennenswerten Regen bringen diese aber nicht, so dass sich die außergewöhnliche Trockenheit im Westen und Nordosten des Landes weiter verschärft. Ob dabei auch in den trockensten Regionen im Westen und zwischen Ostsee und Berlin mal Regen fällt, ist noch unsicher* [12].

Реконструкція симбіозу семантико-стилістичних засобів показала, що у польських синоптичних текстах великою мірою присутні риторичні запитання в анонсній частині тексту (40%), що поєднуються із графічним виділенням тексту: *Jaka będzie w pogodzie końcówka września, a jaka pierwsza dekada października? Czy będzie ciepło, sucho i słonecznie, a może pochmurno, deszczowo, wietrznie i chłodno? Czy w tym roku możemy liczyć na przyjemne babie lato? Sprawdźmy prognozę długoterminową* [13].

Іншою характерною особливістю є поєднання різних видів інформації, що, передбачає реалізацію інформативності ГСТ (23%): *Temperatura po południu sięgnie od 14 stopni na północnym wschodzie do 20 stopni na zachodzie kraju. Zacznie też nasilać się wiatr, który w porywach może dochodzić do 50-60 km/h, a nad morzem przekraczać 70 km/h. Z każdym dniem temperatura będzie coraz to wyższa. W najcieplejszym momencie dnia termometry pokażą aż 23 stopnie.*

Багато польських синоптичних текстів подані у вигляді схем (47%), малюнків із використанням лише універсальних іконічних елементів.

Українські ГСТ мають схожі та відмінні риси від ГСТ англійської, німецької, польської мов. По-перше, українські ГСТ являють собою симбіоз семантико-стилістичних засобів, оскільки у невеликому за обсягом тексті міститься максимум інформації, яка подається чітко та лаконічно: *3 години тому на метеостанції було +13,1 °C, мінлива хмарність, високий атмосферний тиск, легкий вітер (3 м/с), що дме з півночі* [14].

У висновку зазвичай підводиться підсумок, з усією визначеністю формулюються висновки, підсумовується сказане, намічаються нові завдання і проблеми, які потребують вирішення, містяться заклики до аудиторії тощо. Однак подібне членування є більшою мірою не композиційним, а змістовно-тематичним, оскільки один і той самий тричастинний поділ властивий текстам, композиція яких різна. Іноді названі три частини дійсно збігаються із композиційним членуванням, але і в цьому разі вони пов'язані зі змістовним, а не структурним аспектом тексту.

Висновки. Будь-яка композиційна складова ГСТ характеризується прийомами актуалізації, що забезпечують виділення найважливіших смислів тексту й активізують увагу його адресата. До згаданих прийомів належать 1) графічні виділення (шрифтові варіації); 2) повтори мовних одиниць різних рівнів; 3) сильні позиції тексту або його композиційної частини – позиції актуалізації, пов'язані зі встановленням ієрархії смислів, зосередженням уваги на найважливішій інформації, посиленням емоційності й естетичного ефекту, встановлен-

ням зв'язку між суміжними та дистантними елементами тексту, забезпеченням його цілісності та зв'язності. Зв'язність вербальних та іконічних елементів простежується через увесь текст ГСТ.

Вивчення вербальних та іконічних елементів ГСТ дасть змогу здійснити реконструкцію авторської мови та, як наслідок, відповідної картини світу і менталітету, в чому вбачаємо подальші перспективи дослідження.

Література:

1. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс : [учебник] / М.П. Брандес. – [3-е изд., перераб. и доп.] – М. : Прогресс-Традиция ; ИНФРА-М, 2004. – 416 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел]. – К. – Ірпін'я : ВТФ Перун, 2005. – 1728 с.
3. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Гальперин // Изд. 4-е, стереотипное. М: КомКнига, 2006. – 144 с.
4. Давыдов В.В. Психологический словарь / Под ред. В.В. Давыдова, А.В. Запорожца, Б.Ф. Ломова и др. – М. : Педагогика, 1983. – 448 с.
5. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту / Т.А. Єщенко. – К. : ВЦ Академія, 2009. – 264 с.
6. Эко Умберто. Отсутствующая структура. Введение в семиологию // Умберто Эко – ТОО ТК Петрополис, 1998. – 432 с.
7. Ніколаєва Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики текста / Т.М. Николаева // Лингвистика текста / Новое в зарубежной лингвистике. - Вып. VIII. – Сост., общ. ред. и вступ. ст. Т.М. Николаевой. – М. : Прогресс, 1978. – С. 467–472.
8. Новиков А.И. Семантика текста и ее формализация / А.И. Новикова – М. : Наука, 1983. – 215 с.
9. Сосюр Ф. Курс загальної лінгвістики / Фердинан де Сосюр; [Пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко]. – К. : Основи, 1998. – 324 с.
10. The Media and Communication // UK 2003. The Official Yearbook of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. – L.: TSO, 2002. – P. 230–245.
11. Eden P. The weather week // The Sunday Telegraph. – 2003. – 30 March. – p. 40.
12. Das Wetter / Deutschland // Bild. – 2014. – 25 August. – s. 10
13. Pogoda 24.03 // Fakt. – 2012. – 24 Marzec. – s. 10
14. Погода на 23–29 листопада // Подільські вісті. – 2012. – 22 листопада. – с. 8

Коломиєц Е. Н. Связность вербальных и иконических элементов газетных синоптических текстов английского, польского и украинского языков

Аннотация. Статья посвящена изучению взаимосвязи вербальных и иконических элементов. Проанализированы план содержания и план выражения текста.

Ключевые слова: универсальный иконический элемент, вербальный элемент, план содержания, план выражения, реконструкция.

Kolomiets O. The connectivity of the verbal and iconic elements in synoptic texts in the English, German, Polish and Ukrainian languages

Summary. The article is devoted to the connectivity of the verbal and iconic elements. The content of the plan and the text expression plan are analyzed.

Key words: universal iconic element, the verbal element, content of the plan, text expression plan, reconstruction.

*Лісун О. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної лінгвістики
Черкаського державного технологічного університету**Советна А. В.,**кандидат філологічних наук,
доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики
Черкаського державного технологічного університету*

СПЕЦИФІКА КОНЦЕПТІВ-КОРЕЛЯТІВ У МЕТАФОРАХ ІЗ РЕФЕРЕНТОМ «КОХАННЯ» (НА МАТЕРІАЛІ ЗІСТАВНОГО АНАЛІЗУ АВТОРСЬКИХ МЕТАФОР А. МЕРДОК ТА Г. АХМАТОВОЇ)

Анотація. Стаття містить результати зіставних досліджень корелятивних концептів індивідуально-авторських метафор у творчості А. Мердок та Г. Ахматової.

Ключові слова: авторська метафора, корелят, концептуальний аналіз, концептуальна картина світу.

Постановка проблеми. У сучасному мовознавстві метафору розглядають як когнітивний феномен, який має двоїстий характер: з одного боку, це процес, що відбувається на глибинному мисленнєвому рівні (концептуальна метафора), а з другого – результат цього процесу (мовна метафора). Когнітивно-орієнтовані лінгвістичні дослідження вивчають концептуальну метафору в тісному зв'язку зі свідомістю, процесами мислення та пізнання людини – творця метафори. Особливість концептуальної метафори полягає у тому, що на глибинному мисленнєвому рівні вона може пов'язувати зовсім протилежні по своїй суті явища, створювати схожість між дуже різними класами об'єктів [1; 2; 3].

Сьогодні не викликає сумніву той факт, що метафори взагалі та індивідуальні авторські метафори (ІАМ) зокрема є виразниками душі народу, завдяки чому за допомогою порівняльних лінгвістичних досліджень метафор можна виявити відмінності та подібності в національних картинах світу. Так, Е.С. Кубрякова вважає, що із сукупності метафор, що стали узуальними в мові, можна побачити, які інтереси переважали в народі у ту чи іншу епоху, які ідеали були закладені в основу культури на тому чи іншому етапі її розвитку, що стало предметом особливої уваги носіїв мови [4, 21].

Мета статті полягає у контрастивному дослідженні метафор на вербалізацію концепту «кохання», яка надає змогу виявити як універсальні, так і специфічні, ідіоетнічні та індивідуальні характеристики індивідів – творців метафор. Фактичний матеріал дослідження – 61 приклад авторських метафор з референтом «кохання», отриманих у результаті суцільної вибірки з романів А. Мердок, та 61 приклад авторських метафор, вибраних із поетичних творів Г. Ахматової.

У процесі нашого дослідження ми спиралися на модель аналізу номінативного простору авторської метафори, розроблену на базі тричастинної структури метафори: **X** (тема – думка про світ) **is like Y** (vehicle – вербалізований концепт-корелят) **in respect to Z** (ground – основа метафори або спільна ознака). Детальний опис цієї концепції надано у низці робіт [5].

З урахуванням вищевикладеного підходу до концептуального аналізу ІАМ фактичний матеріал, отриманий нами в

результаті суцільної вибірки з поезій Г. Ахматової та романів А. Мердок, був розглянутий за такими **напрямами**, як а) аналіз зон встановлення подібності, з якими співвідноситься референт «кохання», як прототипічних структур (окремо для кожного автора); б) здійснення контрастивного аналізу корелятивних концептів ІАМ А. Мердок, Г. Ахматової для виявлення специфічних рис письменниць як мовних особистостей.

Результати аналізу корелятивів авторських концептуальних метафор А. Мердок, Г. Ахматової дають право стверджувати, що існують два основних категоріальних класи корелятивів: **НЕЖИВІ ФІЗИЧНІ ОБ'ЄКТИ** та **ЖИВІ ФІЗИЧНІ ОБ'ЄКТИ**, наявні в метафорах письменниць (детальний опис принципів виділення концептуальних корелятивів див. у [5, с. 97]).

Перший клас містить такі концепти, як **КОНТЕЙНЕР** (sphere, area; высокая любовь, великая любовь), **РЕЧОВИНА** (poison, steel; отравка, жар), **АРТЕФАКТ** (computer, magazine; крест, сети), **ОБ'ЄКТИ ПРИРОДИ** (flower, bush; звезда, камень), **ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ** (fire, snow; любовь блеснет). Другий клас – концепти **ЛЮДИНА** (woman, husband; отравительница, девочка), **МІФІЧНА ІСТОТА** (devil, ghost; призрак), **ТВАРИНА** (cat, crocodile; змея), **ПТАХ** (bird; голубок), **КОМАХА** (beetle, fly).

При аналізі корелятивів ІАМ А. Мердок, Г. Ахматової нами були введені два основних концептуальних класи корелятивів, а саме **НЕЖИВІ ФІЗИЧНІ ОБ'ЄКТИ** та **ЖИВІ ФІЗИЧНІ ОБ'ЄКТИ**. Далі кожний із цих просторів стратифікується нами з урахуванням специфіки неживого чи живого об'єкту: неживі об'єкти – **КОНТЕЙНЕР** (простір, який займає об'єкт), **РЕЧОВИНА** (субстанція об'єкту), **АРТЕФАКТ**, **ФЕНОМЕН ПРИРОДИ** та **ОБ'ЄКТ ПРИРОДИ**; живі об'єкти – **ЛЮДИНА**, **ТВАРИНА**, **ПТАХ**, **КОМАХА**, **МІФІЧНА ІСТОТА**.

Аналіз допоміжних сутностей (корелятивів) ІАМ, крізь призму яких письменниці сприймають концепт «кохання», дає змогу стверджувати, що А. Мердок звертається до набору із шести основних концептів-корелятивів. З урахуванням кількісного показника картина наявності корелятивів у метафорах А. Мердок, що описують «кохання», має такий вигляд (цифра праворуч відповідає кількості метафор із зазначеним корелятом):

ЛЮДИНА – 18

АРТЕФАКТ – 12

РЕЧОВИНА – 11

КОНТЕЙНЕР – 10

ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ – 9

ТВАРИНА – 1

Зупинимось детальніше на аналізі корелятивів в ІАМ А. Мердок. Описуючи такий особливий психологічний стан, як кохання, А. Мердок насамперед порівнює його з ЛЮДИНОЮ, наділяючи це почуття різними людськими якостями, вчинками та станами в усій їх багатогранності, наприклад: *There had always been a darkness in her relationship with her father and in that darkness her love had lain asleep* [6, с. 211].

При метафоричному осмисленні кохання значну роль також відіграє концепт АРТЕФАКТ. При цьому найбільш характерними дескрипціями артефакту є *remnant, piece, fragment*. Наприклад: *There was in his life only one piece or fragment or strand of ordinary human love, one place where he needed and was needed, and he regarded this and his inability to erase it, with the utmost dismay* [7, с. 82].

Концепт-посередник РЕЧОВИНА, що також є присутнім у корелятивній зоні концептуальної метафори А. Мердок, зображений переважно такими дескрипторами, як *to boil, to evaporate, weight, ingredient*. Наприклад: *I simply had to see Antonia again. It was with her as we left Relham crescent, that the weight of my love and concern remained* [8, с. 92].

Серед корелятивів ІАМ А. Мердок досить часто спостерігається також концепт КОНТЕЙНЕР. При цьому автор надає перевагу таким дескрипторам, як *ball, texture, sphere etc*. Наприклад: *His love for her was with him, burning him, but condensed into a small awful ball* [9, с. 323].

Згідно з нашими спостереженнями досить високою частотністю використання в якості кореляту в ІАМ А. Мердок характеризується концепт ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ: *light, tide, flow*. Наприклад: *Simon felt, as he so often felt when he thought suddenly and intensely about Axel, a sort of lifting supporting tide of love. He smiled at Morgan* [10, с. 196].

Порівнюючи концепт ТВАРИНА з іншими концептами-посередниками, ми можемо зазначити, що його використання в якості корелята є найменш частотним. Дескриптором цього концепту на мовному рівні є лише одна лексема – *claws*. Наприклад: *She will cling to me with the little steel claws of her love until violent death ensues for her or for me* [10, с. 75].

Аналіз корелятивних концептів в ІАМ Г. Ахматової дає змогу стверджувати, що при осмисленні референту «кохання» письменниця звертається до набору з восьми допоміжних суб'єктів, а саме (цифра праворуч відповідає кількості метафор з зазначеним корелятом):

ЛЮДИНА – 35

АРТЕФАКТ – 8

РЕЧОВИНА – 6

ОБ'ЄКТИ ПРИРОДИ – 4

КОНТЕЙНЕР – 3

ТВАРИНА – 2

МІФІЧНА ІСТОТА – 2

ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ – 1

Виходячи із цих показників, можна дійти висновку, що серед корелятивів авторських метафор Г. Ахматової на перший план виходить корелятивний концепт ЛЮДИНА. При метафоричному осмисленні кохання Г. Ахматова частіше всього звертається до зіставлення його із фізичними станами людини та з її характеристиками; найбільш типовими дескрипторами при цьому є «счастливая», «спокойная», «уверенная», «омерзительная» и др. Наприклад: *Громко говорю с тоской, не раскрывши*

сонных глаз, и она стучит, как кровь, как дыхание тепла, как счастливая любовь, рассудительна и зла [11, с. 134].

Досить частим серед допоміжних концептів є концепт АРТЕФАКТ, що на мовному рівні представлений лексемами «сети», «зажечься», «продавать» и др. Наприклад: *В тот давний год, когда зажглась любовь, как крест престольный в сердце обреченном, ты кроткою голубкой не прильнула к моей груди, но коршуном когтила* [11, с. 146].

Досить часто Г. Ахматова уподібнює кохання РЕЧОВИНІ, що має певні тактильні характеристики (жар), призначення (отрава) тощо. Наприклад: *Был светел ты, взятый любовью, и пивший ее отравы*. [11, с. 27].

Концепти ОБ'ЄКТИ ПРИРОДИ та КОНТЕЙНЕР також є присутніми в корелятивній зоні концептуальної метафори Г. Ахматової. Наприклад:

1) *«И никогда не поверю, что можно после небесной и тайной любви снова смеяться и плакать тревожно»* [11, с. 132].

2) *«Ты, росой окропляющей травы, вестью души мою оживи, – не для страсти, не для забавы, для великой земной любви»* [11, с. 137].

Концепт-посередник ТВАРИНА, хоча і є присутнім у корелятивній зоні концептуальної метафори Г. Ахматової, трапляється значно рідше, ніж попередні концепти. Він зображений такими дескрипторами, як «голубок», «змея». Наприклад: *«Любовь... то змейкой, свернувшись клубком, у самого сердца колдует, то целые дни голубком на белом окошке воркует»* [11, с. 25].

Досить рідко Г. Ахматова у своїх ІАМ уподібнює кохання МІФІЧНІЙ ІСТОТІ, наділяючи його такими характеристиками: «бессмертная», «призрак». Наприклад: *«Шиповник Подмосковья, увя! при чем-то тут...и это все любовью бессмертной назовут»* [11, с. 270].

Найрідше трапляється серед корелятивів ІАМ Г. Ахматової концепт ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ, поданий на мовному рівні лексемою «блеснуть». Наприклад: *«Любовь...в инее ярком блеснет, почудится в дреме левкая...Но верно и тайно ведет от радости и от покоя»* [11, с. 25].

Результати зіставного аналізу корелятивів ІАМ свідчать про те, що як у А. Мердок, так і у Г. Ахматової найчастішими концептами-корелятами є ЛЮДИНА, АРТЕФАКТ та РЕЧОВИНА. Як уже було зазначено раніше, список корелятивів є універсальним для людського мовного суспільства, але специфіка мовленнєвої творчості кожного автора визначається наданням переваги певним корелятам при створенні ІАМ. Згідно з даними нашого аналізу обидві письменниці при виборі концептів-корелятивів орієнтуються передусім на світ людини.

Кількісний показник корелятивів в ІАМ у письменниць не є ідентичним. Загальна кількість корелятивів у А. Мердок складає 6, а у Г. Ахматової – 8. Можливо, це свідчить про те, що Г. Ахматова має ширший діапазон мислення та багатшу і яскравішу уяву, ніж А. Мердок. Загалом же різниця у кількості корелятивів в ІАМ А. Мердок та Г. Ахматової є досить незначною.

Неможливо не помітити той факт, що кількість навіть найбільш уживаних корелятивів є різною у письменниць. Так, ми можемо спостерігати таку картину: концепт-корелят ЛЮДИНА становить 35 ІАМ у Г. Ахматової, тоді як кількість ІАМ із цим корелятом у А. Мердок – 18. Водночас ІАМ із корелятом АРТЕФАКТ у А. Мердок (12) перевищує представленість цього кореляту у Г. Ахматової (8). Аналогічним чином можна судити також про концепт РЕЧОВИНА: у А. Мердок – 11 метафор цього типу, тоді як у Г. Ахматової – лише 6. Серед ІАМ А.

Мердок кількість концепту-кореляту КОНТЕЙНЕР (10) значно переважає кількість відповідних корелятів в ІАМ Г. Ахматової (3). Концепт-корелят ФЕНОМЕНИ ПРИРОДИ є досить частим серед ІАМ А. Мердок (9), тоді як кількість метафор із цим корелятом у Г. Ахматової – лише 1. Концепт-корелят ТВАРИНА є досить «непопулярним» як в ІАМ Г. Ахматової (2), так і у А. Мердок (1). У метафорах Г. Ахматової, які ми проаналізували, була виявлена низька представленість концепта-корелята ОБ'ЄКТИ ПРИРОДИ (4) та МІФІЧНА ІСТОТА (2); в ІАМ А. Мердок ці концепти не репрезентовані взагалі.

Можна припустити, що різниця у кількості корелятів в ІАМ письменниць зумовлюється їх належністю до різних національностей, а отже, і культур, мовного середовища тощо.

На нашу думку, можливість визначати індивідуально-особистісні характеристики індивіда за допомогою концептуального аналізу ІАМ є значним досягненням сучасної лінгвістики, що відкриває широкі перспективи майбутніх досліджень.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Тождество и подобие (замечки о взаимодействии концептов) // Тождество и подобие, сравнение и идентификация. – М. : Ин-т языкознания, 1990. – С. 7–33.
2. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 358–387.
3. Петров В.В. Метафора: от семантических представлений к когнитивному анализу. – Вопросы языкознания. – 1990. – № 3. – С. 135–145.
4. Кубрякова Е.С. Проблемы представления знаний в современной науке и роль лингвистики в решении этих проблем // Язык и структуры представления знаний. – М. : ИНИОН, 1992. – С. 4–39.

5. Колесник Д.М. Концептуальное пространство авторской метафоры в творчестве А. Мердок. Дисс. канд. филол. наук. – Черкассы, ЧИТИ, 1996. – 260 с.
6. Murdoch I. The Time of the Angels. – N.Y.: Penguin Book, 1978. – 224 p.
7. Murdoch I. The Red and the Green. – N.Y.: Penguin Book, 1967. – 279 p.
8. Murdoch I. A Severed Head. – Frogmore, St. Albans: Triad Panther Books, 1978. – 270 p.
9. Murdoch I. Henry and Cato. – Frogmore, St. Albans: Triad Panther Books, 1977. – 352 p.
10. Murdoch I. The Philosopher's Pupil. – N.Y.: Penguin Book, 1984. – 558 p.
11. Ахматова А. Собрание сочинений в двух томах. – том I. М. : Издательство «Правда», 1990. – 447 с.

Лисун О. В., Советная А. В. Специфика концептов-коррелятов в метафорах с референтом «любовь» (на материале сравнительного анализа авторских метафор А. Мердок и А. Ахматовой)

Аннотация. Статья содержит результаты сравнительных исследований коррелятивных концептов индивидуально-авторских метафор в творчестве А. Мердок и А. Ахматовой.

Ключевые слова: авторская метафора, коррелят, концептуальный анализ, концептуальная картина мира.

Lisun O., Sovietna A. The peculiarities of the concepts of metaphors with the referent of love (based on the comparative analysis of metaphors in creative work by A. Murdoch and A. Akhmatova)

Summary. An article contains the results of the contrastive research of the author's metaphors' vehicles in the creative work of A. Murdoch and A. Achmatova.

Key words: author's metaphor, vehicle, conceptual analysis, conceptual picture of the world.

*Меньшикова О. С.,**старший викладач кафедри німецької мови
та перекладу німецького технічного факультету
Одеського національного політехнічного університету*

ЗІСТАВНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЕМОТИВНОСТІ (СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНИЙ АСПЕКТ) НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

Анотація. У статті здійснено огляд наукової літератури з питань вивчення категорії емотивності та сучасних тенденцій у лінгвістиці емоцій. Особлива увага приділяється порівняльним дослідженням у галузі експресивного синтаксису на матеріалі німецької та української мов.

Ключові слова: лінгвістика емоцій, емотивність, семантика, експресивний синтаксис, розмовне мовлення.

Постановка проблеми. Сьогодні емоційна сфера людини є об'єктом вивчення багатьох дисциплін за умов багатоаспектності емоційних переживань та засобів їх виявлення. Незважаючи на безліч лінгвістичних наукових робіт, що досліджують емоційні стани та їх вербалізацію на всіх мовних рівнях (В.І. Шаховський [1], А.А. Калита [2], С.Я. Єрмоленко [3], І.В. Ступак [4], Н. Ortner [5], L. Weißgerber [6] та ін.), вивчення феномену емоції і досі залишається предметом наукової дискусії. У науковій літературі значне місце відводиться міркуванням про важливість міжкультурної комунікації, емотивної лакуарності, проблемам, пов'язаним із перекладом емоційно забарвлених висловлювань та текстів, проте переважна більшість наукових праць, присвячених дослідженню категорії емотивності, написана на матеріалі однієї мови. Крім того, зіставні дослідження експресивних явищ, що простежують співвідношення глибинного змістового складника з поверхневим формальним, носять фрагментарний характер.

Метою статті є огляд наукової літератури щодо ступеню дослідження експресивного синтаксису на матеріалі німецької та української мов.

Виклад основного матеріалу. Як свідчить В.І. Шаховський, лінгвістика емоцій сформувалася у результаті суперечок великої групи мовознавців із приводу того, чи має взагалі лінгвістика займатися дослідженням емоційної сфери [1, с. 13]. Наприклад, Е. Сепір та Г. Гийом надавали перевагу дослідженню когнітивної функції мови та виключали зі сфери наукових інтересів дослідження емоційних складників [7, 8]. На противагу їм Ш. Баллі та його послідовники вважали центральною функцією мови саме висловлення емоцій [9, с. 26, 27]. Таким чином, Ш. Баллі одним із перших на початку ХХ ст. розпочав дослідження взаємозв'язку мовлення та емоційної сфери людини. На думку автора, дослідження почуттів і емоцій та їх вербалізація є завданням стилістики, яка займає місце між лінгвістикою і психологією та вивчає експресивні факти мовної системи з точки зору їх емоційного складу, тобто «висловлення у мовленні чуттів та вплив мовлення на чуття» [9, с. 30–33].

На думку D. Stoeva-Holm, створенню лінгвістики емоцій сприяло зростання наприкінці ХІХ ст. інтересу психологів до феномену емоцій та засобів їх прояву та висловлення

[10, с. 22].

Ш. Баллі досліджував афективні структури французької мови, але вважав особливо перспективними контрастивні стилістичні дослідження, які, з одного боку, сприяють усвідомленню експресивних можливостей рідної мови, що їх більшість мовців використовує суто інтуїтивно, з іншого – дають змогу уникнути більшості помилок під час вивчення іноземної мови. Але у свій час через недостатню кількість лінгвістичних досліджень афективної сфери на всіх мовних рівнях автор вважав такі дослідження майже неможливими [9, с. 42–43].

Огляд наукової літератури вказує на те, що в першій половині ХХ ст. дослідження взаємозв'язку мови та емоцій мало переважно фрагментарний характер, але в останні десятиріччя минулого віку зазнало раптового підйому. Науковці дійшли єдності щодо тісного взаємозв'язку емоційного і когнітивного компонентів та усвідомили лінгвістичну значущість обох складників [10, с. 25–26; 1, с. 15].

На думку В.І. Шаховського, серед провідних сучасних напрямів та проблем в емоціології можна виокремити проблеми динаміки мовного коду, розвитку та реалізації його прихованих можливостей, декодування емоційної домінанти чужого тексту як відображення концептосфер інших культур; питання емоційної специфіки мовлення в залежності від різних обставин у процесі комунікації; типологію емотивних знаків, що фіксують різноманітні прояви емоцій; поняття емоційної мовної картини світу, кореляцію лексиконів емоцій різних мов світу; стимуляцію позитивних та нейтралізацію негативних емоцій в актах міжособистісної та міжкультурної комунікації; критерії емотивності мови та її знаків; співвідношення лінгвістики та паралінгвістики емоцій; емоційне забарвлення тексту, емотивний семантичний простір мови та мовної особистості [1, с. 19–21].

Дослідження категорії емотивності сьогодні набуває популярності. Сучасні дослідники спираються на фундаментальну базу розробок та досліджень на різних мовних та мовленнєвих рівнях:

- фонетичному (А.А. Калита [2]);
- морфологічному та словотвірному (Н.О. Мельничук [11]);
- лексичному (О.Ю. Мягкова [12], В.І. Шаховський [1]);
- фразеологічному (І.І. Синельникова [13], А.Д. Козеренко [14]);
- граматичному та синтаксичному (С.Я. Єрмоленко [3], Н.М. Орлова [15], О.А. Кострова [16], В.Д. Девкін [17], L. Weißgerber [6]);
- текстовому (Н. Ortner [5], M. Schreiber [18]);
- семантичному (С.Г. Воркачев [19], О.С. Сарбаш [20]);
- стилістичному (В.А. Чабаненко [21]);

Як було зазначено вище, переважна більшість науко-

вих праць, що досліджують категорію емотивності, написана на матеріалі однієї мови: англійської [1, 15, 11], німецької [16, 22, 5, 10], української [21, 3, 23], французької [9, 13] та ін. Зіставні дослідження подані у значно меншому обсязі:

- лінгвокультурологічне зіставне дослідження німецької та російської мов М.А. Красавського [24];
- лексикографічне зіставне дослідження семантики позитивної емотивної лексики на матеріалі англійської, української та новогрецької мов О.С. Сарбаш [20];
- дослідження ідіоматики російської, англійської та німецької мов А.Д. Козеренко [14];
- психолінгвістичне дослідження О.Ю. Мягкової на матеріалі переважно англійської та російської мов [12];
- етносемантичне дослідження С.Г. Воркачева на матеріалі англійської та російської мов [19];
- зіставне лінгвокультурологічне дослідження німецької та французької публіцистики В. Schönbrunn [25];
- семантико-синтаксичне дослідження італійських та французьких дієслів чуттєвого сприйняття R. Kailuweit [26];
- дослідження структурно-семантичних та функціональних характеристик похідних каузативних дієслів у німецькій, українській та англійській мовах І.В. Ступак [4];
- зіставне дослідження німецького та французького розмовного мовлення на рівні тексту М. Schreiber [18];
- дослідження німецького та російського діалогічного мовлення з урахуванням впливу різних емоцій на структуру речення В.Д. Девкіна [17].

Наприкінці ХХ ст. у науковій літературі можна простежити тенденцію семантизації синтаксису [3, 4, 22, 27]. На зміну структурному підходу, популярному на початку ХХ ст. (К. Bühler [28]), який виключає із зони наукового інтересу психологічні та семантичні критерії та ґрунтується здебільшого на поверхневому аналізі граматичної побудови речення, постає питання взаємозв'язку граматичної форми речення та його семантичної складової, тобто співвідношення глибинного змістового складника з поверхневим формальним [4, 6, 26, 27, 29].

Сьогодні набувають популярності зіставні дослідження на рівні синтаксису, що прагнуть виявити подібності та відмінності у закономірностях побудови синтаксичних моделей та комунікативних структур на матеріалі германських, романських та слов'янських мов (І.В. Ступак [4, 27], Р. Glallmann, R. Siller-Runggaldier, H. Sitta, [30], W. Abraham [29], М. Schreiber [18]). Переважна більшість із них досліджує окремі синтаксичні структури чи прийоми, такі як парцельовані конструкції [31] чи просте речення [30]. Чимало зіставних досліджень присвячено порівнянню граматичної побудови розмовного мовлення [17, 18], структурно-семантичній та функціональній характеристикам різних груп дієслів [26, 27] та ін. Серед наукових праць, які висвітлюють комплексний контрастивний синтаксичний аналіз декількох мов, слід відзначити роботи W. Abraham, М. Schreiber та В.Д. Девкіна [29, 18, 17].

Так, W. Abraham досліджує типологічний взаємозв'язок синтаксису та семантики німецької мови та споріднених із нею англійської та голландської [29]. Автор дає стислий огляд універсальної граматики на всіх рівнях (від опису окремих частин мови та їх граматичних особливостей до синтаксичних особливостей речення), уникаючи деталізованого опису окремих теорій та точок зору, та простежує тісний взаємозв'язок синтаксичного, стилістичного та лексичного рівнів близькоспорід-

нених мов.

Зіставному дослідженню німецького та французького розмовного мовлення на рівні граматики тексту присвячено роботу М. Schreiber [8]. Особливу увагу автор приділяє еліптичним реченням, прономіналізації та деяким формам лінгвістичної транспозиції. Для порівняння автор використовує оригінальні тексти, найбільш наближені до справжнього діалогічного мовлення, та їх переклади.

Порівняння синтаксису розмовного мовлення на матеріалі російської та німецької мов є предметом дослідження В.Д. Девкіна [17]. У роботі автор дає характеристику діалогічному мовленню, простежує комунікативний та функціональний, семантичний та граматичний зв'язки в репліках, дає детальний опис структури речення та варіантів відхилення від нормативних синтаксичних моделей. Крім того, автор простежує вплив різних емоцій на структуру речення та роль категорії оцінки.

Огляд наукової літератури, що досліджує експресивний синтаксис або синтаксис емоційного розмовного мовлення, показав, що сьогодні такі дослідження належать до пріоритетних напрямів та становлять сферу наукового інтересу багатьох вітчизняних та іноземних авторів (В.Д. Девкін [17], С.Я. Єрмоленко [3], Н.М. Орлова [15], В.А. Чабаненко [21], М. Schreiber [18]).

На матеріалі української мови слід відзначити праці В.А. Чабаненко, С.Я. Єрмоленко, І.О. Дегтярьової, в яких розглянуті фігури та експресивні засоби, притаманні українському мовленню [21, 3, 23]. Крім того, існує чимало досліджень з експресивного синтаксису, присвячених стилістичним особливостям мови окремих письменників [23]. Дослідження німецького експресивного синтаксису найчастіше подано в роботах, які дають стислий системний опис синтаксису розмовного чи діалогічного мовлення [17, 18]. Також слід звернути увагу на роботи, присвячені експресивному синтаксису німецької мови, які не обмежуються тільки дослідженням діалогічного мовлення [16].

Більшість синтаксичних та семантичних досліджень проводяться на матеріалі художньої літератури та публіцистики [15, 16, 21, 23, 26 та ін.].

Сьогодні набуває популярності дослідження категорії емоційності також у сфері кінематографії [32]. Авторами досліджуються засоби передачі інформації особистістю щодо її внутрішнього світу в повсякденному житті та сприйняття такої інформації іншими комунікатантами за рахунок певних нейрофізіологічних механізмів. Водночас передача та рівень сприйняття кодованої інформації порівнюються з можливостями кінематографа, що намагається якомога точніше відобразити внутрішній світ і емоції особистості та досягти певної емоційної реакції з боку глядачів. F. Pommerening стверджує, що для цього необхідно приділити особливу увагу дослідженню внутрішнього світу (Innenwelt), який охоплює когнітивну та емоційну діяльність, фізіологічні реакції та персональні властивості особистості, враховуючи рівень свідомості та підсвідомості [32, с. 20].

Висновки. Сьогодні спостерігається переорієнтація синтаксичних досліджень, зумовлена загальною тенденцією у лінгвістиці щодо пріоритету комплексних і системних досліджень над ізольованими та фрагментарними.

Незважаючи на різноманітність зіставних досліджень експресивного синтаксису, саме семантико-синтаксичний аспект на матеріалі німецького та українського кінематографа не був предметом комплексного дослідження та входить у сферу нау-

кового інтересу.

Література:

1. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций [Текст]: монография / В.И. Шаховский. – М.: Гнозис, 2008. – 416 с.
2. Каліта А.А. Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання [Текст]: монографія / А.А. Каліта. – К.: Видавничий центр КДПУ, 2001. – 351 с.
3. Єрмоленко С.Я. Синтаксис і стилістична семантика [Текст] / С.Я. Єрмоленко; відп. ред. І.Р. Вихованець – К.: Наукова думка, 1982. – 210 с.
4. Ступак І.В. Структурно-семантичні та функціональні характеристики похідних каузативних дієслів у німецькій і українській мовах [Текст]: монографія / І.В. Ступак; наук. ред. В.Д. Калішченко. – Донецьк.: ДонГУ, 2011. – 470 с.
5. Ortner H. Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse [Text]: Monographie / Heike Ortner. – Tübingen: Narr Francke Attempto Verl., 2014. – 586 p.
6. Weisgerber L. Grundzüge der inhaltsbezogenen Grammatik [Text] / Leo Weisgerber: 3. neubearb. Auflage – Düsseldorf: Pädagog. Verlag Schwann, 1962. – 431 p.
7. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech [Text] / E. Sapir. – N. Y., 1921. British ed.: L., 1970. – 242 p.
8. Гийом Г. Принципы теоретической лингвистики [Текст] / Г. Гийом: пер. с фр. П.А. Скрелина. – М.: Прогресс, 1992. – 224 с.
9. Балли Ш. Французская стилистика [Текст] / Ш. Балли; перевод с фр. К.А. Долинина; вступ. ст. Р.А. Будагова. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 392 с.
10. Stoeva-Holm, D. Zeit für Gefühle. Eine linguistische Analyse zur Emotionsthematisierung in deutschen Schlagern [Text] / Dessislava Stoeva-Holm. – Tübingen: Gunter Narr Verl., 2004. – 144 p.
11. Мельничук Н.О. Ад'єктивні емоційні змісти в англійськомовній картині світу [Текст]: дис. ... канд. філ. наук: 10.02.04 / Мельничук Н.О. – Чернівці, 2015. – 227 с.
12. Мягкова О.Ю. Эмоционально-чувственный компонент значения слова: вопросы теории [Текст]: дис. ... док. фил. наук: 10.02.19 / Мягкова О.Ю. – М., 2000. – 247 с.
13. Синельникова И.И. Фразеосемантическое поле «Эмоциональные состояния человека» (на материале французского языка) [Текст]: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.05 / Синельникова И.И. – Белгород, 2008. – 226 с.
14. Козеренко А.Д. Метафоры эмоций: к проблеме культурной специфики (на материале идиоматики) [Текст]: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Козеренко А.Д. – М., 2003. – 145 с.
15. Орлова Н.Н. Языковые средства выражения эмоций: синтаксический аспект (на материале современной английской прозы) [Текст]: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19, 10.02.04 / Н.Н. Орлова – Ростов-на-Дону, 2009. – 188 с.
16. Кострова О.А. Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка [Текст]: учебное пособие / О.А. Кострова. – М.: Флинта, 2004. – 240 с.
17. Девкин В.Д. Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской [Текст] / В.Д. Девкин. – М.: Высш. школа, 1981. – 160 с.
18. Schreiber M. Textgrammatik – gesprochene Sprache – Sprachvergleich: Pronomen im gesprochenen Französischen und Deutschen [Text] / Michael Schreiber. – Frankfurt am Main [u.a.]: Lang, 1999. – 537 p.
19. Воркачев С.Г. Сопоставительная семантика телеономных концептов «любовь» и «счастье» (русско-английские параллели) [Текст]: монография / С.Г. Воркачев. – Волгоград: Перемена, 2003. – 164 с.
20. Сарбаш О.С. Семантика позитивної емотивної лексики: лінгвокогнітивний та лексикографічний аспекти (на матеріалі англійської, української та новогрецької мов) [Текст]: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.17 / О.С. Сарбаш – Донецьк, 2008. – 14 с.
21. Чабаненко В.А. Стилїстика експресивних засобів української мови [Текст] / В.А. Чабаненко. – Запоріжжя: ЗДУ, 2002. – 352 с.
22. Москальская О.И. Проблемы системного описания синтаксиса (на материале немецкого языка) [Текст] / О.И. Москальская. – М.: Высшая школа, 1981. – 176 с.
23. Дегтярьова І.О. Стилїстичний синтаксис української постмодерністської прози [Текст] / І.О. Дегтярьова // Українська мова. – 2009. – № 3 – С. 27–38.
24. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах [Электронный ресурс]: монография. – Электрон. дан. (1 файл). – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/238881/>
25. Schönbrunn B. Emotionalität in der Berichterstattung deutscher und französischer Tageszeitungen: ein interkultureller Vergleich [Text] / Bianka Schönbrunn. – Berlin: Frank & Timme Verl., 2015. – 187 p.
26. Kailuweit R. Syntax und Semantik französischer und italienischer Gefühlsverben [Text] / Rolf Kailuweit. – Tübingen: Niemeyer Verl., 2005. – 372 p.
27. Ступак І.В. Похідні каузативні дієслова стану в німецькій і українській мовах [Текст] / І.В. Ступак // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. – Луцьк, 2010. – № 7 – С. 280–285.
28. Bühler K. Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache [Text] / Karl Bühler. – Jena: Gustav Fischer Verl., 1934. – 434 p.
29. Abraham W. Deutsche Syntax im Sprachvergleich: Grundlegung einer typologischen Syntax des Deutschen [Text] / Werner Abraham. – Tübingen: Stauffenburg Verl., 2013. – 744 p.
30. Gallmann P. Sprachen im Vergleich: Deutsch – Ladinisch – Italienisch. Der einfache Satz [Text] / P. Gallmann, R. Siller, H. Sitta. – Bozen: Institut Pedagogisch Ladin, 2013. – 183 p.
31. Роднева Е.К. Парцеллированные конструкции в русских переводах американских писателей XX века: в сопоставлении с оригинальными текстами [Текст]: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / Е.К. Роднева – СПб., 2005. – 235 с.
32. Pommerening, F. Die Dramatisierung von Innenwelt im Film [Text] / Felicitas Pommerening. – Mainz: Springer VS., 2012. – 324 p.

Меньшикова Е. С. Сопоставительное изучение категории эмотивности (семантико-синтаксический аспект) на материале немецкого и украинского языков

Аннотация. Статья представляет собой обзор научной литературы, посвященной изучению категории эмотивности и современным тенденциям в лингвистике эмоций. Особое внимание уделяется сопоставительным исследованиям в области экспрессивного синтаксиса на материале немецкого и украинского языков.

Ключевые слова: лингвистика эмоций, эмотивность, семантика, экспрессивный синтаксис, разговорная речь.

Menshykova O. Comparative study of emotiveness category (semantic and syntactic aspect) based on German and Ukrainian languages

Summary. This article is an overview of the science literature devoted to the study of emotiveness category and modern tendencies in the linguistics of emotions. Particular attention is drawn to comparative studies in the field of expressive syntax on the basis of German and Ukrainian languages.

Key words: linguistics of emotions, emotiveness, seman-

Солюк Л. Б.,

аспірант кафедри загального і германського мовознавств
Прикарпатського національного університету імені Василя СтефаникаОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДІЄСЛІВ-ЗВ'ЯЗОК
У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ (З УКРАЇНСЬКИМИ ПАРАЛЕЛЯМИ)

Анотація. У статті досліджено особливості функціонування дієслівних зв'язок як засобу вираження синтагматичного зв'язку між суб'єктом та предикатом. На матеріалі німецької та української мов встановлено типологічні особливості дієслівних зв'язок, проаналізовано їх вплив на семантичну та синтаксичну структуру речення.

Ключові слова: предикат, актант, дієслово-зв'язка, пропозиція, нульова зв'язка, приєдниково-субстантивний комплекс.

Постановка проблеми. Поняття дієслово-зв'язки в лінгвістичних студіях сьогодні залишається недостатньо вивченим. Під зв'язкою розуміють постійний компонент (константу) логічної структури висловлення, яка репрезентована формулою *S. est P.* У цій формулі зв'язка виражає відношення між суб'єктом (S) і предикатом (P), яке й формує судження. У наукових дослідженнях зазвичай виділялись експліцитні й імпліцитні зв'язки, які вказували на наявність чи відсутність певної ознаки в предметі. Оскільки істинність судження визначається відношенням до дійсності, то першочерговим для зв'язки стає значення буття, яке виражається так званим дієсловом екзистенційності (*verbum substantivum*) [1, с. 453].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою дефініції та функціонування дієслів-зв'язок займалися П. Ейзенберг, Е. Генчель, К. Майєнборн, Н. Арутюнова, О. Селівестрова та інші, проте це питання потребує подальшого ґрунтовного вивчення, особливо в зіставному аспекті на семантико-синтаксичному рівні різних мовних систем. **Метою дослідження** є встановлення спільних та відмінних рис у функціонуванні дієслівних зв'язок у німецькій й українській мовах на матеріалі художніх текстів кінця ХХ – початку ХХІ ст.

Виклад основного матеріалу. У процесі розвитку лінгвістики питання дієслівних зв'язок набувало різної інтерпретації. Деякі дослідники вважали, що вони є елементом судження, інші заперечували необхідність виділення зв'язки як окремого складника судження, аргументуючи це тим, що безпосередньо предикат позначає відношення до суб'єкта [2, с. 8]. Поступово зв'язка «розчинилася» в предикаті й не виокремлювалась як універсальний обов'язковий компонент речення.

У мовному генезисі відбулися такі процеси, як універсалізація зв'язки (у романських мовах) і часткове виключення з компонентного складу предиката в слов'янських мовах. За твердженням сучасних дослідників, дієслівна зв'язка (копула) зберегла свою позицію тільки як компонент предиката й виражає його граматичні значення, а саме час, особу, модальність [3, с. 538]. Зв'язка як компонент предиката виконує формальну функцію, тобто виражає синтагматичний зв'язок між суб'єктом та предикатом (через категорію особи й числа), та

смыслову – підтверджує істинність судження (через категорії часу й модальності). Ці функції в різних мовах мають відмінне формально-граматичне вираження.

Під час класифікації дієслів на повнозначні, допоміжні та модальні окреслюється група, яка є проміжною між допоміжними та повнозначними дієсловами. У німецькій мові репрезентантами цієї групи є дієслова *sein*, *werden*, *bleiben*, з яких зв'язка *sein* вживається найчастіше і вказує на екзистенційні особливості суб'єкта [4, с. 171]. Дієслово *sein* за категоріальною ознакою є поліфункціональним і в німецькій мові вживається як копула: *Sie ist mir lieb und wert, und sie wird es bleiben...* (C. Wolf); *Sie ist Englischlehrerin...* (C. Funke); допоміжне дієслово *Das Buch ist zu empfehlen* (H. Böll); *Warum sind Sie gestern nicht gekommen?* (M. Mosebach) та функціональне дієслово *Wir sind immer in der Lage jemanden zu lieben...* (E.M. Remark).

В українській мові до дієслівних зв'язок належать дієслова *бути*, *стати*, *становити*, *являти*, *називатися*, *вважатися*, *зватися*, *доводитися*, *лишатися*, *прикидатися*, наприклад: *Саме так – не пішов, а поплентав, бо навіть хода в нього була сумна й неохоча; Малий Івась потрапив до дитбудинку, згодом закінчив військового училище і став червоним командиром* (В. Шкляр). До іменної частини предиката можуть входити сполучники *як*, *мов*, *наче* та ін.: *Права його долоня, гаряча, мов грань...* (М. Матіос). Під час аналізу зв'язки *sein* у німецькій та *бути* в українській мовах прослідковуємо граматичні відмінності. Дієслово *sein* має дієслівну парадигму суплетивних форм, які походять від трьох різних коренів *sein* – *ist* – *war*: *Federn sind jetzt sehr aktuell* (M. Mosebach); *Es ist unser Elias Alder, Organist und Schulleiter von hier, und ich bin sein Cousin und Freund und bescheidener Balgtreter* (R. Schneider); *Um zu wissen, was mit mir war, gehe ich durch hermetische Barrieren in gesicherte Strukturen, mir meiner Erinnerungen sicher zu werden...* (P. Wawerzinek). Аналогічне явище суплетивних форм спостерігаємо в українській мові: *бути* – *є* – *були*. Проте дієслово *бути* для всіх осіб у теперішньому часі має форму *є* (я, ти, він, вона, воно, ми, вони, Ви *є*): *Тут у Альми є подруга Рея, вони весело перегавкуються і виляють хвостиками* (Л. Костенко); *Ми є його залізними руками* (М. Матіос).

Крім граматичних, є ще одна особливість, якої немає в німецькій, а саме – наявність української нульової зв'язки. Порівняймо в обох мовах: *“Die Vermessung der Welt” ist ein raffiniertes Spiel mit Fakten und Fiktionen, ein philosophischer Abenteuerroman von seltener Phantasie, Kraft und Brillanz* (D. Kehlmann); *Heute ist Samstag, und er hat nichts dagegen, wenn Sie ein wenig früher Schluß machen* (H. Böll) // *Звична річ – пасічник слухає, як гуде-ворушиться бджолина сім'я* (В. Шкляр). *У котрого що на умі – те й на язичі* (В. Шкляр). У теперішньому часі зв'язка *бути* не вживається і є нульовою. Однак у наукових визначеннях, у поезії зв'язка *є* може вжива-

тися, наприклад: *Література є могутнім засобом виховання народу* (Газ.) Наведені приклади підтверджують облігаторність вживання дієслівної зв'язки *sein* в німецькій мові та її нормативне опущення в теперішньому часі в українській.

Серед предикатів з нульовою зв'язкою в теперішньому часі виділяють такі моделі: 1) нульова зв'язка + іменник у називному відмінку; 2) нульова зв'язка + іменник у родовому відмінку; 3) нульова зв'язка + іменник у знахідному відмінку; 4) нульова зв'язка + іменник в орудному відмінку; 5) нульова зв'язка + іменник у місцевому відмінку; 6) нульова зв'язка + прикметник; 7) нульова зв'язка + числівник; 8) нульова зв'язка + прислівник; 9) нульова зв'язка + фразеологізм [5]. Проаналізуємо кожну з цих моделей та проведемо паралелі між зіставляваними мовами. У всіх моделях у німецькій мові, на відміну від української, обов'язковою є дієслівна зв'язка. Предикат моделі «нульова зв'язка + іменник у називному відмінку» виражає постійну ознаку чи властиву підметові якісну характеристику, наприклад: *Es ist der Ton. Der Ton der Verkündigung ist dahin* (С. Wolf) // *Джур – відвар із віска* (В. Шкляр); *I взагалі помаранч – це не наш овоч (лізе в голову: бананова республіка, Оранжева республіка)* (Л. Костенко). Постійна ознака суб'єкта виявляється найвиразніше, коли іменна частина предиката виражена тим самим словом: *Seine Körpersprache ist eine prächtige Sprache...* (Р. Wawerzinek) // *Чумацький шлях – шлях твоїх пращурів, що проходили тут чумаками в чорних дьогтярних сорочках* (О. Гончар). При нульовій зв'язці до складу предиката можуть входити частки *це, то, ось*, наприклад: *Бути мудрішим за себе – от завдання* (О. Гончар). У компонентному складі предиката в називному відмінку вживаються слова *як, мов, немов, наче, неначе*, наприклад: *Майдан – уже як всесвітній центр тяжіння* (Л. Костенко); *Вона як поранена звірина* (В. Шкляр). У німецькій мові такі частки є складниками предиката й репрезентантами суб'єктивної модальності: *Er war sich wohl darüber im Klaren, daß der Mitgebrachte angesichts seines Alters wahrscheinlich aus dem Kreis der Kinder Hopsten stammen mußte, und dann war es leicht, darauf zu schließen, daß es wohl Phoebe war; Das war doch eine höchst ungute Grundlage für eine Begegnung* (М. Mosebach).

Предикат моделі «нульова зв'язка + іменник у родовому відмінку» використовується порівняно рідко. Переважно це безприймниковий комплекс у родовому відмінку у значенні якісної характеристики, що супроводжується атрибутивним компонентом предиката, який несе основне інформативне навантаження, наприклад, у *Er ist immer anderer Meinung* (Н. Müller) // *Санько хорошої думки про неї* (В. Шкляр). Порівняно нечастотно з нульовою зв'язкою вживається іменна частина в знахідному відмінку з прийменником. Таким предикатом виражається непостійна ознака підмета, наприклад: *Вже й баба йому за космонавта* (О. Гончар). Орудний відмінок у ролі іменної частини при нульовій зв'язці, на відміну від матеріально вираженої, функціонує рідко, наприклад: *Квіти квітами, але справа справою* (Л. Дереш). Предикат з нульовою зв'язкою та іменною частиною, вираженою іменником у місцевому відмінку, створює труднощі під час аналізу, оскільки місцевий відмінок частіше виступає як локатив і є предикативом, коли виражає внутрішній стан людини, рід діяльності, заняття, наприклад: *Ich sagte zum Rasierer, statt zu Tur: Wohin soll er wollen, bei dem zu Hause ist niemand mehr* (Н. Müller) // *Там біля неї лікар* (К. Москалець); *Село в снігах, і стежка ані*

руш (Л. Костенко).

Прикметники, які виступають в ролі іменного предикатива і приєднані за допомогою дієслівної зв'язки, передають якісну характеристику підмета і вживаються переважно в формі називного відмінка, наприклад: *Er ist überglücklich...* (R. Schneider) // *Вони радісні й розкуті. Я, на жаль, не такий; Його мати щаслива* (Л. Костенко). Прикметники поєднуються із займенниками, частками, що входять до іменної частини, наприклад: *Wie gut ein kaltes Wasser ist!* (R. Schneider) // *Сьогодні я такий щасливий, мов вийшов хлопчиком на шлях* (В. Сосюра); *Одна – велика, мов гора, друга – худа і чорна, мов те згарище* (Люко Дашвар). Регулярно використовуються при нульовій зв'язці іменні частини, виражені присвійними займенниками в називному відмінку, наприклад: *Тут кожний камінь – мій, і кожний подих – мій* (Л. Первомайський); *Там далі не така, як у нас на Вкраїні* (В. Сосюра).

У реченнях із нульовою зв'язкою в ролі іменної частини вживаються й кількісні та порядкові числівники, наприклад: *Я наче сам один на великому світі* (Ю. Яновський). Ролі іменної частини може набувати прислівник, наприклад: *Gefängnis ist besser als die Liebe* (R. Schneider) // *Полон – це гірше, ніж смерть* (О. Гончар). Роль іменної частини можуть виконувати фразеологізми іменного типу, наприклад: *Keine Rose ist ohne Dornen* (Sprichwort) // *Він наш дядько десятої води на киселі* (О. Забужко). Зв'язки *являти собою, становити* вживаються в предикаті зі знахідним безприймниковим відмінком і використовуються переважно в науковому стилі. Отже, аналіз кожної моделі засвідчив, що, на відміну від німецької мови, де зв'язка має експліцитне вираження, зв'язка *є* в українській мові в теперішньому часі є нульовою та імпліцитною. Обов'язковість вживання копули в німецькій мові зумовлена граматичними та синтаксичними особливостями.

Роль зв'язки найчастіше виконують дієслова *sein* та *бути*, в значенні зв'язки вживаються українські дієслова *стати, становити, вважатися, здаватися, називатися, лишатися, являти, видаватися* та ін. Зв'язка *sein/бути* (пор. українські *являти собою* і *становити*) вказує на спосіб і час, тоді як інші зв'язки вносять у предикат додаткові смислові конотації. Порівняймо: *Sie war schmutzig, weil...* (H. Böll); – *Sie wurde schmutzig, weil...* // *Наші гімнастерки були майже білосніжними; Наші гімнастерки стали майже білосніжними* (К. Москалець). У реченнях показано зміни суб'єкта: вона була брудна і вона стала брудна; гімнастерки стали майже білосніжними. Якщо дієслівна зв'язка *бути* констатує факт, стан чогось у певний момент, то зв'язка *ставати* вказує на зміну певного предмета під впливом іншого.

У минулому і майбутньому часі, умовному і наказовому способі зв'язка *бути* вживається регулярно в обох мовах, наприклад: *Das war eine der Trotzreaktionen, derer ich damals noch fähig war...* (С. Wolf); *Im dunklen, immergrün lederen Laub leuchteten die Orangen in ihrer hartschaligen Vollkommenheit, als seien sie ein uralter Schmuck der Bäume, aus der Zeit der gesprungenen Ölkrüge* (М. Mosebach); *Seien Sie so lieb...* (С. Funke) // *Хвилину тому був я чародій* (М. Вінграновський); *Безмовний був світ* (О. Гончар); *Там, на землі, щось падало, цвіло, було рожеве, синє і зелене* (Л. Костенко). Зі зв'язкою *бути* в ролі іменної частини виступає прийменниково-іменниковий комплекс у знахідному відмінку, наприклад: *Він був у мене за головного помічника* (Ю. Збанацький); *Згадайте – був я вам за тата* (Д. Павличко).

У наказовому способі в німецькій мові зв'язка *sein* має форму *sei* «будь» (для першої особи однини), *seid* (для другої особи множини), *seien* (для третьої особи множини).

Дієслова-зв'язки узгоджуються зі суб'єктом, дієслова *бути*, *стати*, *ставати*, *робитися* та ін., бувають не тільки зв'язками у предикаті, а й окремими членами речення – предикатами. Порівняймо: *Збір молоді був проведений цікаво* (був – зв'язка) і *Увечері я був у таборі* (був – предикат).

Із позицій семантики є суттєва різниця між тим, які прикметники як компоненти предиката можуть бути пов'язані з копулою *sein* чи *werden*. Ад'єктиви, поєднані з *sein*, утворюють предикати стану, з *werden* – предикати дії. Наведемо приклади: *Es ist kühl draußen* (С. Funke), *Das Mädchen wurde nach vier Tagen gerettet* (P. Wawerzinek). Якщо для утворення предикатів стану можна використовувати прикметники різної семантики, то для предикатів дії є обмеження.

Г. Гельбіг і Й. Буша виділяють дві групи прикметників на позначення стану: 1) прикметники, які можуть вживатись як із *sein*, так із *werden*: *Die Wäsche ist/wird trocken. Das Kind ist/wird traurig*; 2) прикметники, які можуть бути сполучені тільки з *sein*: *Der Wagen ist vier Meter lang. Das Mädchen ist sechs Jahre alt. Der Wagen ist fünfzig Zentimeter kürzer*. До цієї групи належать прикметники з об'єктом у давальному відмінку: *Er ist seiner Mutter ähnlich. Die Redewendung war den Studenten nicht geläufig. Er ist böse.* (= *Er ist ein schlechter Mensch.*) *Er ist mir böse.* (= *Er ist ärgerlich über mich.*), прикметники з об'єктом у родовому відмінку: *Sie ist großer Leistungen fähig. Er ist keines Trostes bedürftig*. Проте вживання прикметників з об'єктом у родовому відмінку в сучасній німецькій мові є обмеженим [3, с. 536]. Альтернативним варіантом для об'єктів у родовому відмінку є прийменникові комплекси або інфінітивні конструкції: *Sie ist zu großen Leistungen fähig. Sie ist fähig, große Leistungen zu vollbringen*.

У німецькій мові дієслово *sein* може бути компонентом сталих виразів: *in Anwendung sein, beim Arbeiten (Lesen usw.) sein, im Bau sein, in Betrieb sein, in Bewegung sein, in (der) Diskussion sein, im Einsatz sein, zu Ende sein, in Gang sein, in Gefahr sein, in Verwirrung sein*. У багатьох випадках *sein* замінюється на *sich befinden*: *Wenn wir uns in Bewegung befinden, kann sie uns nicht fangen* (M. Mosebach). Аналогічне явище знаходимо й в українській мові – *бути в курсі, бути на часі*. Оскільки дієслівна зв'язка *бути* в українській мові імпліцитна і навіть у фразеологізованих висловах вона є нульовою. Порівняймо в обох мовах: *Ich bin der Meinung...* (С. Funke) // *Він хорошої думки про тебе* (М. Матіос).

В українській мові можливі семантико-синтаксичні умови, за яких експліцитність й імпліцитність копули впливають на семантику висловлення. Якщо суб'єкт належить до класу предметів, то виникає ситуація, за якої експліцитне чи імпліцитне дієслово дає змогу уточнити семантичні відношення: *У нього є сиве волосся* та *У нього вже сиве волосся* (Л. Костенко). У першому випадку атрибут стосується невизначеної кількості членів класу, у другому – загальної сукупності предметів чи явищ. Тому синтаксична відмінність спричиняє семантичні розбіжності.

В німецькій та й українській мовах відбуваються активні процеси взаємоперетворень у структурі речень: з одного боку, буттєві вислови виявляють тенденцію до трансформації в суб'єктно-предикатні утворення, а з другого боку – ці останні зближуються з моделями буття. Продуктивність

буттєвих речень у німецькій мові доводить відому тезу про те, що вона належить до мов буття (*be-languages*), які протиставляються мовам володіння (*have-languages*). На відміну від німецької мови, українська мова належить до змішаного типу: обидві тенденції виявляють себе достатньо виразно. Зв'язка *є* та нульова зв'язка відбивають ці закономірності семантичної структури української мови. Однією із ситуацій семантичного протиставлення є протиставлення в значеннях наявності й уточнення [6, с. 17]. У значенні наявності дієслово *бути* повідомляє про належність об'єкта (у кого-небудь), наприклад: *У них є діти*. У значенні уточнення дієслово конкретизує наявність об'єкта, який кваліфікує його ознаку чи місцезнаходження, наприклад: *У них дочка і син; Машина в гаражі*.

Дієслово *є* вживається тоді, коли воно виражає екзистенційне значення – саме або разом зі зв'язкою, або з назвою наявного об'єкта. Коли значення буттєвого дієслова редукується до зв'язки, тобто в реченні виражаються предикативні відношення (предикація), то в теперішньому часі вживається нульова форма дієслова *бути* [1, с. 785–786]: *У хлопчика сині очі* та *Сині очі у хлопчика*.

У першому реченні назва наявного предмета отримує конкретну референцію і стає суб'єктом судження, а його визначення переходить у позицію, яка характеризує предикат: *Очі у хлопчика сині*. У реченні *Сині очі у хлопчика*, навпаки, локалізатор разом з екзистенційним значенням виконує функцію суб'єкта судження, а назва наявного предмета виконує роль таксономічного предиката. У першому реченні буттєве значення дієслова *бути* анульовано, у другому реченні це значення трансформувалося в локальне (значення перебування) і стало використовуватися для ідентифікації суб'єкта.

Висновки. На основі типологічного аналізу дієслівних зв'язок двох мов встановлено спільні та відмінні особливості їх функціонування. Зв'язки (*sein*, *бути*) виражають значення буття, інші надають реченню різної конотації. Дослідження показало, що є суттєва різниця між тим, які прикметники пов'язані з копулою *sein* чи *werden* можуть бути компонентами предиката. Ад'єктиви, пов'язані з *sein*, утворюють предикати стану, з *werden* – предикати дії. Проте найсуттєвішою відмінністю у зіставлюваних мовах є наявність чи відсутність нульової зв'язки. На відміну від німецької мови, де зв'язка *є* обов'язковим елементом висловлення і виражена експліцитно, в українській мові вона здебільшого є нульовою, тобто імпліцитною. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі впливу імпліцитної зв'язки на семантичну та синтаксичну структуру речення.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Буслаев Ф.И. Историческая грамматика русского языка / Ф.И. Буслаев. – М.: Учпедгиз, 1959. – 624 с.
3. Helbig G. Deutsche Grammatik / G. Helbig, J. Buscha. – Leipzig, Berlin, München: Langenscheidt, Verl. Enzyklopädie, 1991 – 736 S.
4. Hentschel E. Deutsche Grammatik / E. Hentschel. – Berlin: de Gruyter, 2010. – 412 S.
5. Караман С.О. Сучасна українська літературна мова: [навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.] / [С.О. Караман, О.В. Караман, М.Я. Плющ та ін.]; за ред. С.О. Карамана. – К.: Літера ЛТД, 2011. – 560 с.
6. Панде Х.Ч. Глагол «быть» и количественная характеристика объекта / Хем Чандра Панде // Russian Linguistics. – 1985. – № 9. –

С. 17–25.

Солюк Л. Б. Особенности функционирования глаголов-связок в немецком языке (с украинскими параллелями)

Аннотация. В статье исследуются особенности функционирования глагольных связок как средства выражения синтагматической связи между предикатом и субъектом. На материале немецкого и украинского языков установлено типологические особенности связок, проанализировано их влияние на семантическую и синтаксическую структуру предложения.

Ключевые слова: предикат, актанта, глагол-связка, предложение, нулевая связка, предложно-субстантивный

комплекс.

Soliuk L. Peculiarities of the functioning of the link-verbs in German (with Ukrainian parallels)

Summary. The article deals with the investigation of the peculiarities of the functioning of the link-verbs as a means of expression of the syntagmatic relation between subject and predicate. On the material of German and Ukrainian languages typological peculiarities of the link-verbs are determined, their impact on the semantic and syntactic structure of the sentence is analyzed.

Key words: predicate, actant, link-verb, offer, zero copula, prepositional-substantive complex.

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Bordyuk L. V.,
 Assoc. Professor
 Lviv Polytechnic National University

IDIOM OF LANGUAGE FROM A TRANSLATION PERSPECTIVE (BASED ON ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES)

Summary. The notion of the idiom of language from a translation perspective based on English and Ukrainian cultural parallels has been considered in the paper.

Key words: adequate translation, idiom of language, deep structure, surface structure, mother tongue interference.

Statement of the research problem. The emphasis in this paper is on the notion of adequate translation which lacks the awkwardness of mother tongue interference and achieves a sound balance between fidelity to the source language (SL) and readability in the target language (TL). The best translation is regarded to be the one that no one recognizes as translation. One of the sections of his book *Translation* Duff A. titles "*Idiom: from one culture to another*" thus emphasizing the interrelation between these concepts claiming that translation focuses on both the transfer from one language to another and from one culture to another [4]. In this paper, *the idiom of a language* is considered as a way of speaking typical of the natural speech of a person speaking in his/her first language. Thus, the idiom of a language, along with the concepts of equivalence and culture is central to theory and practice of translation. *Longman Dictionary of English Language and Culture* defines *idiom* not only as a phrase which means something different from the meanings of the separate words from which it is formed, that is a phraseological unit, but also as a way of speaking typical of the natural speech of a person speaking in his/her first language.

The aim of this research is to study English and Ukrainian cultural parallels and analyze the ways of their adequate representation. It is essential for translators to see the link between language (grammar) and usage. Another important concept to keep in mind is the distinction between the *surface structure*, or form, and *deep structure*, or meaning (*план вираження та план змісту*). According to Larson M. [6], translation involves changing the form of the message from one language to the appropriate form in the second language without changing the deep meaning. It is important to be aware that deep meaning can, in fact, be expressed in both languages. Often, students focus on surface meaning only which is carried by words, grammar, and sounds. Students often try to concentrate on the memorization of vocabulary in a cultural vacuum or learn grammar rules and apply them without paying attention to the intended communicative purpose. Deep meaning, on the other hand, involves ideas, concepts, and cultural understanding. The goal of translation as a communicative process is to find equivalent surface structures in two languages which correspond to the common deep meaning.

Thus, Ukrainians signs *Ми не надаємо кредити, Не паркуватися!* should not be rendered into English like *Do not Park Here ; We Give No Credits* instead of idiomatic *Parking Prohibited; No Credit Allowed*. An idiomatic, sounding natural, equivalent of a popular Ukrainian notice *Обережно! Злий пес* is *Beware of dog!*

Scholars in the field of translation, Newmark P., Larson M., Munday J., Lewandowska-Tomaszczyk and others maintain the via-

bility of meaning-based, or sense-to-sense, translation as compared to word-for-word translation. The ordering of words and ideas in the translation is critical.

Duff A. claims that idiomatic expressions such as phraseological units including similes, proverbs, sayings, jargon, slang, colloquialisms, and phrasal verbs are notoriously untranslatable [4]. It is central to translation practice to keep in mind that idiomaticity of language lies beyond the dictionary. We do not translate words – we translate meaning [3]. The emphasis in this paper is on idiomatic language as typical of the natural speech rather than peculiarity of phraseology. If we hear in the Ukrainian language: *Майте гарний день! або Три речі, які ви ненавидите робити...* we can argue that these are the examples of the non-idiomatic, unnatural, Ukrainian language strongly influenced by American cultural patterns of communication: *Have a nice day!* and *Three things you hate to do...*

The semantic formula in the source language differs from those in the target language. Thus, *ненавидіти* in Ukrainian has somewhat stronger connotations than those in English, e.g.: *I hate getting up early on Monday mornings.*

Mother tongue interference. Newmark P. [7], Fuller F. [5] and Duff A. [4] argue that one of the most frequent criticism of translation is that it does not sound natural. This is because the translator's thoughts and choice of words are too strongly moulded by the original text. English and Ukrainian are topologically different languages, Germanic and Slavonic, correspondingly. An attempt to retain the SL pattern in the TL pattern by literal, word-for-word, translation may often result in unnatural, non-idiomatic patterns in the TL. This is called mother tongue interference.

In translation practice, source language influence is an important concern. Our mother tongue, or first language, shapes our way of thinking, and to some extent, our use of the foreign language (pronunciation, choice of words, word order etc). What we are dealing with here is structure, more than lexis. This shape is, of course, determined by the structures available to English and Ukrainian respectively. Thus, passive forms are much more productive in English than in Ukrainian (*Говорять, що це цікавий фільм – This film is said to be interesting*); some grammar forms are not typical of Ukrainian, e.g. Gerund (*Курити заборонено – No smoking!*)

Translation involves contrast. The following sentences are structured typically of the Ukrainian word order: *Про що ця книга? Про що вони говорять?* while in English *About what is this book? sounds rather clumsy and unnatural*. Instead the idiomatic pattern is *What is this book about? What are they talking about?*

When translating from English into Ukrainian students are to be concerned with rendering the meaning and maintaining the appropriate structure. The same happens when translating from Ukrainian into English. Frequently used patterns *До закінчення семестру залишився місяць; До Різдва залишилося три дні тощо* are rather challenging and cause difficulty often while being translated into

English. Typical of the English language is the pattern: *The end of the semester is a month away; Christmas is three days away.*

Another vivid example. Most students tend to translate the following sentence *У неділю падав дощ, і ми просиділи вдома* retaining the surface structure and maintaining word-for-word translation: *It was raining on Sunday and we sat/were sitting/staying at home* which is non-idiomatic. The appropriate, idiomatic, sounding naturally, translation is: *It was raining on Sunday and we didn't go out.* Semantically, *go out* is broader and covers other meanings like sit, stay at home, etc. [1].

This is the reason why the following sentence when translated into Ukrainian appears to be inappropriate: *It was Friday and soon they'd go out and get a drink* – *Була п'ятниця, день отримання зарплати, і незабаром вони вийдуть на вулиці і почнуть пиячити.* [2, p. 11]. The semantic code of *going out* in this particular context means *to leave the house, especially for amusement: He goes out drinking two or three times a week* – Longman Dictionary of English Language and Culture. It is law violation to drink, even a bottle of beer, in the street, beach etc. which is heavily fined in the US. People go out and eat out in café, bars, restaurants etc. The connotation of the expression *to have a drink* (замовити алкоголь / алкогольний напій / випивку) is much milder than *to drink heavily* (напиватися). Thus, the cultural pattern of behavior has been neglected in this context [1].

To acquire the naturalness in translation, the idiomaticity of the target language, students should deal with the proper authentic material, not “made-up language”. One of the postulates of the translation theory says that the best translator is an invisible translator, meaning that the interference of the mother tongue is not to distort the idiomatic and cultural pattern of communication.

To provide an adequate, idiomatic, translation/interpreting product it is critical to consider the cultural contexts of the interlocutors as well as the pragmatic goal of communication. The cultural context is to be considered when translating words of broad semantics. e.g. *місце*/place, location...: *місце відпочинку* – a site for rest; *місце для паркування* – a parking lot; *місце проведення конференції* – conference venue; *місце (в автобусі)* – a seat; *місце (у сумці, портфелі)* – room (no room in the bag/case); *місце злочину* – a scene of crime.

It is important to distinguish between the lexical meaning of a word and its semantic structure in language. The meaning in speech is contextual. Study the following examples: a Ukrainian word *знімати* is polysemantic: *знімати гроші в банкоматі* – to withdraw money from an ATM; *знімати одяг* – to take off one's clothes; *знімати вершки* – to skim milk; *знімати кіно* – to make/shoot a film; *знімати квартиру* – to rent an apartment; *знімати напругу* – to release tension.

Manifestations of cultural nuances and ways of their translation. The question of what happens when a text is imported from one cultural context to another is essential to the theory and practice of translation and reflects the balance between the wish to be faithful to the original text and the wish to fit into the new cultural context of the target language. One of the challenges that the translator faces is how to manifest the cultural nuances of the SL. It is essential to focus on the usage and cultural context in the translation process. Although an equivalent of the word may exist in another language, it may lack the cultural connotations associated with it, e.g.: *car pool, red curb, brown paper lunch, to take a red eye* etc. Faithful translation pertains *the idiom of both SL and TL as a specific character, a form of expression peculiar to these languages.*

A word is more than what is found in a dictionary, and it contains a series of semantic levels dictated by the cultural context. The most difficult problem is when you encounter something in one language that does not exist in the other. Financial instruments, legal procedures, government and business structures, and so on vary from nation to nation and culture to culture.

Translation is an integral algorithm of equivalence, idiomaticity and culture which is maintained by the sound balance of the deep and surface structure. When ignored, it can lead to misunderstanding and failure of communication. In a dubbed Ukrainian version of the American movie *Sex and the City*, one of the main characters, whose name was *Miranda*, asked her friend who had been interrogated at the police station whether they *had read Miranda rights* to her yet. Word-for-word Ukrainian translation (*слова Міранди*) distorted the sense which resulted in miscommunication. The idiomatic American expression *to inform/read/tell Miranda rights* is a technical legal term and is to be translated into Ukrainian as *зачитати затриманому його права*.

Unfortunately, the interpreter was not aware of the cultural implication of this expression. Culture note will make up for this gap: In the US the legal rights that a person being arrested by the police must be told about. These include the right to remain silent and the right to get advice from a lawyer. These rights were established by the *Miranda* decision in the US Supreme Court in 1966, in the case of *Miranda vs Arizona*. Cultural patterns of translation

In the sentences given below, *an intercultural expertise* is a prerequisite for adequate translation:

While the Yellow Pages are useful, people rely most heavily on staff, friends, and other people. – *Yellow Pages* – телефонний довідник (а не жовта преса).

He was a male Caucasian. A large man. *About six foot two* – це був білий чоловік, кремезний. Зростом приблизно 188 см.

The office was an enormous corner suite overlooking the city – *a corner office* is a sign of success and status in American business world – Це був величезний кутовий офіс із краєвидом на місто як ознака статусу та престижу.

3 Br/2Ba, nu cpts, lndry, prkg, utils pd – типові американське оголошення про оренду квартири, у якому зазначено, що у помешканні 3 спальні, 2 ванні кімнати, нове килимове покриття на підлозі, паркінг та усі комунальні послуги включено.

He was an Ivy League student – Він був студентом одного з найпрестижніших університетів на східному узбережжі США. (Cultural note: *the Ivy League* is a group of old and very respected universities in the eastern part of the US, consisting of Brown University, Columbia University, Yale, Harvard, Princeton, Cornell, the University of Pennsylvania, and Dartmouth).

To take a red-eye (AE) – an airplane with passengers on it that flies at night. I took the red-eye from Chicago to LA. – здійснити нічний переліт.

Cultural nuances may be confusing even when using British English or American English. For example, the word *faculty* may be ambiguous if put of the cultural context. Thus, In BE it means a group of similar subject department in a university: *The department of physics is in the Faculty of Science* and corresponds to Ukrainian *факультет* (університету), meanwhile in AE it is used to denote all the teachers and other professional workers of a school, university, or college and corresponds to Ukrainian *професорсько-викладацький склад* and *teaching staff* in British English.

Another vivid example: a *public school* is 1) a private fee-paying British and especially English secondary school where children

usually live as well as study. Public schools are known for their high academic standards and are considered prestigious. They are expensive and attended usually by people of high social status or with a lot of money. The most famous schools include Eton, Harrow and Winchester; 2) (especially in the US and Scotland) a free local school, controlled and paid by the state, for children who study there but live at home.

Conclusions and further research. An apt remark by Frederic Fuller that translation implies that we can express our thoughts in a manner that is not only parallel to the original, but also acceptable to the target language [5] will be used to sum up the research conducted. Thus, faithful translation pertains the idiom of both SL and TL as a specific character, a form of expression peculiar to these languages. Translation practice proves to be an integral algorithm of equivalence, idiomaticity and culture which is maintained by the sound balance of the deep and surface structure. Further research into specificity of adequate translation of culturally-bound English/Ukrainian legal, medical and engineering texts are of applied character.

References:

1. Бордюк Л.В. Переклад як міжкультурна комунікація: англійська – українська мови // Translation as Intercultural Communication: English – Ukrainian : [навчальний посібник для студентів філологічних спеціальностей] / Людмила Бордюк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – 128 с.
2. Швачко С.О. Проблеми синхронного перекладу / Світлана Швачко. – Вінниця : Фоліант, 2004. – 116 с.
3. Baker M. In Other Words: Coursebook on Translation / M. Baker. – London, New York : Routledge, 1992. – 304 p.
4. Duff A. Translation / A. Duff. – Oxford : Oxford University Press, 1989. – 160 p.
5. Fuller F. The Translator's Handbook: With Special References to Conference Translation from French and Spanish / F. Fuller. – University Park : The Penn State University Press, 1984. – 160 p.
6. Larson M. Meaning-based translation / M. Larson. – Lanham : University Press of America, 1984. – 221 p.
7. Newmark P. Approaches to Translation / P. Newman. – Oxford : Pergamon Press, 1981. – 213 p.

Бордюк Л. В. Ідіома мови крізь призму перекладу (на матеріалі англійської та української мов)

Анотація. У статті розглянуто поняття ідіоматичності у теорії та практиці перекладу на матеріалі культурних паралелей англійської та української мов.

Ключові слова: адекватний переклад, ідіома мови, план змісту, план вираження, інтерференція рідної мови.

Бордюк Л. В. Идиома языка через призму перевода (на материале английского и украинского языков)

Аннотация. В статье рассматривается понятие идиоматичности в теории и практике перевода на материале культурных параллелей английского и русского языков.

Ключевые слова: адекватный перевод, идиома языка, план выражения, план содержания, интерференция родного языка.

Варламова А. А.,

*преподаватель кафедры иностранных языков профессионального общения
Международного гуманитарного университета*

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКОЙ ПРЕССЫ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ

Аннотация. Статья посвящена проблемам перевода заголовков современной британской и американской прессы. Рассматриваются главные принципы построения, лексические и грамматические особенности и перевод газетных заголовков.

Ключевые слова: пресса, заголовок, газетный стиль, стилистические особенности, аллюзия, метафора, сокращения.

Постановка проблемы. Человечество, живя в век высоких технологий, получает ежедневно огромное количество новой информации. Роль СМИ настолько велика, что их зачастую называют «четвертой властью». Пресса в демократических странах независима и является мощной силой, формирующей сознание людей.

На что в первую очередь обращает внимание читатель? Конечно, на заголовок. Имидж газеты или журнала часто зависит от заголовков. Таким образом, интересная и содержательная статья может остаться незамеченной и, наоборот, посредственная статья будет популярной благодаря яркому и выразительно-му заголовку. Быстро реагируя на происходящие в мире события, газета формирует общественное мнение. С одной стороны, она отражает изменения в общественном сознании, а с другой, показывает, какие языковые изменения, тенденции и новообразования происходят в современном языке. Современная газета, являясь источником как стилистически нейтрального, так и экспрессивного языка, предлагает такое разнообразие форм и жанров публикуемых в ней статей, что её роль на занятиях иностранного языка нельзя недооценивать. Объектом исследования и материалом для статьи выступили заголовки англоязычных газет.

Цель – выявить трудности перевода англоязычных газетных заголовков и пути их преодоления, а также на примере предложенных вариантов перевода показать многовариантность переводческих возможностей и решений, их преимуществ или недостатков. В процессе исследования ставились следующие задачи: рассмотреть функции газетного заголовка, а также типы отношений между заголовком и озаглавливаемой статьёй; изучить лексические, структурно-грамматические и стилистические особенности английских газетных заголовков; рассмотреть особенности перевода газетных заголовков, учитывая специфику газетного стиля.

Изложение основного материала. Газетный стиль в английском языке прошел долгий путь развития и становления. Первая британская газета The News of Present Week была учреждена в 1622 году. Однако пользоваться печатным станком в те времена без согласия короля не разрешалось. Поэтому газетный стиль сформировался только к концу XVII века, когда этот закон был отменен. С этого времени и начинается история британской газеты [1, с. 8]. И. Гальперин замечает: «Посте-

пенно вырабатывается особая манера пользования английским языком, обусловленная в своих наиболее характерных чертах целью коммуникации и конкретными условиями, в которых эта цель могла реализоваться» [2, с. 34]. В связи с основными чертами газетного стиля – информативностью и оценочностью – выделяются следующие газетные материалы: хроника (brief news items), репортаж (press reports, parliamentary reports, court proceedings), чисто информационные статьи (articles), реклама и объявления (advertisements and announcements) и передовая статья (editorial).

В настоящее время в английской прессе выработались особые принципы построения газетного заголовка. Газета – это и средство массовой информации, и средство убеждения. И рассчитана она на массовую и неоднородную аудиторию, которую нужно удержать, заставить себя читать. Как правило, газету читают в таких условиях, когда человеку трудно сосредоточиться: за завтраком, в поезде, в обеденный перерыв или после работы. Этим обусловлена необходимость передать информацию быстро, сжато, сообщить главное и оказать на читателя определенное эмоциональное воздействие. Хорошо известно, что для построения заголовка в английском языке требуется намного меньше слов, чем на русском. Экономичность языковых средств – это одно из важнейших свойств английского заголовка, поэтому подобные тексты максимально информативны и экспрессивны.

Перевод газетных заголовков, в силу их специфики, представляет определенные трудности. С точки зрения лексики и стилистики заголовки изобилуют терминами, клише, сокращениями, фразеологизмами, стилистическими приемами: аллитерацией, игрой слов, аллюзиями, привлекающими внимание читателя. Поэтому для адекватного перевода газетных заголовков переводчик должен обладать глубокими знаниями реалий и культуры страны.

Можно выделить основные функции современных заголовков. Первая функция – рекламно-экспрессивная: заголовок призван заинтересовать читателя. Вторая – графически разделительная: заголовок отделен от остального текста при помощи шрифта, цвета, графических средств, таких как линейка и рисунок, либо приемов верстки. Третья функция – информативно-коммуникативная: заголовок – это коммуникативная единица, сообщающая читателю главное содержание газетного материала [3, с. 22].

Согласно словарю В. Даля, заголовок – это выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено его название [4].

В британской и американской прессе заголовки часто бывают многоступенчатыми. Как правило, они состоят из «шапки» (headline), набираемой очень крупным шрифтом, и подзаголовка (lead) из нескольких строчек, набранных менее крупным

шрифтом. Шапка призвана виділяти саму яскраву думку статті, а іноді саму запам'ятовувану фразу. Нерідко шапка, привертаючи увагу, змушує прочитати статтю. Розглянемо основні принципи організації заголовка [5, с. 6].

1. Повествовувальний заголовок використовується для новості. Він зазвичай складається з 5-6 слів: короткий заголовок краще сприймається і запам'ятовується. Наприклад: "Malaysia airline-17: what we know" (із газети The New York Times) або "Al-Qaeda in Syria calls for revenge attacks on Russia" (із газети The Washington Post).

2. Час від часу повертається мода на заголовок, переходячий в текст. Заголовок-констатація може складатися з двох-трьох пропозицій. В цьому випадку він стає окремим коротким повідомленням: "Now you can go to adulterating school. Yes, really" (із газети New York Post); "A Saudi woman tweeted a photo of herself without a hijab. Police have arrested her" (із газети The Guardian).

3. Заголовок-резюме, або коментуючий заголовок. Нерідкість резюме з іронічною «оговоркою». Такі складові заголовки створюють додаткові можливості для коментування тексту: "Drunk Kim Un forces officials to write apology letters – then forgets them" (із газети The Washington Post); "You belong to us": Putin's murky plot to cleave Balkans from West"; "73-year-old Californian with dementia fatally shot by police was carrying crucifix, not gun" (із газети The Guardian).

4. Заголовок-парадокс пробуджує цікавість, шокує читача, а іноді штучно посилює значущість повідомлення не особливо оперативного, важливого: "Gained weight? No sex? Cut your hair? It's all Trump's fault" (із газети New York Post).

5. Імена в заголовку, згадування учасників події посилюють інтерес до тексту. Іноді це пряма експлуатація відомого випадку з однією сім'єю: "Trump doesn't seem to like „Person of the Year” label" (із газети New York Post).

6. Ефективний і дуже поширений заголовок-цитата, де можливо пряме цитування: "Trump bashes 'Nightly news': „Just can't get much worse" (із газети New York Post).

7. Ігровий заголовок – це, перш за все, перефразировка, рифма або гра слів: "Do you fancy: surf or turf?" (із газети The Guardian).

Щоб зрозуміти характер англійського газетного заголовка, потрібно виділити його основні стилістичні особливості [6, с. 119].

1. Лаконічність і використання мінімального набору мовних засобів для того, щоб максимально спростити і прискорити читання: "Ebola nurse critically ill" (із газети Mirror).

2. Розмовно-фамільярний характер заголовків. Європейські читачі не звертають уваги на подібні заголовки, в той час як на нашого читача вони викликають більше враження: "She's got wow factor" (із газети The Sun).

3. Експресивність. Англійські заголовки дуже експресивні за своєю природою. Щоб передати це при перекладі, перекладачі вдаються до фразеологізмів: "After EU "Yes"? Croatia needs reforms" (із газети The Sun).

4. Використання мовних кліше. Наприклад: "Bridging digital generation gap" (із газети The Independent). Подібну гру слів не завжди вдається зберегти при перекладі.

5. Сокращения. Газетні тексти насичені різними скороченнями: DD-defense department, GOP-grand old party, JFK-John F. Kennedy (із газети New York Post).

При перекладі газетних заголовків потрібно пам'ятати про їх граматичні особливості.

1. Еліпсис. Рідко можна зустріти пропозиції в якості заголовків, де б присутні були артикли, службові слова або предлоги. Для економії простору опускаються навіть члени пропозиції: "Discrimination in US Still a Problem, but Improving" (відсутній артикль); "Building smashed by hurricane" (відсутній глагол-зв'язка). [Обидва приклади взяті із газети The Independent].

2. Часові форми глагола. Для англійських заголовків характерно відсутність минулого часу. Замість цього використовуються форми теперішнього: "DS approves same-sex marriage", "Homeless wins one million". Для майбутнього часу часто використовується інфінітив: "Teresa May gives all her ministers posh mugs for Christmas" (із газети The Sun).

Стилістична картина британської і американської преси дуже різноманітна, починаючи від серйозних видань і закінчуючи таблоїдами, або «жовтою пресою». Їй притаманні різноманітні прикраси, жаргонізми, фразеологізми, кліше, використання розмовно-фамільярного стилю і багато іншого. Для газетних заголовків характерно надлишок суспільно-політичних термінів, числительних, неологізмів, міжнародних слів, діалектизмів і поетизмів, які зазвичай не викликають труднощів при перекладі. В статті ми розглянемо лексичні особливості, які можуть виявитися складними при перекладі.

1. Для заголовків англійської преси характерен так званий «заголовочний жаргон», тобто використання спеціальних слів, таких як: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, rap, rush, slash* і др. Відмінною особливістю подібної «заголовочної» лексики є не тільки частота використання, але й універсальний характер семантики [2, с. 120]: "City's mayor claims Italy has been abandoned by Europe" – «Городской мэр считает, что Италия покинута Европой» (із газети The Sun). Многозначне слово «to claim» має в російській мові наступні значення: 1) вимагати; пред'являти вимоги; 2) заявляти, утверждать; 4) возбуждать иск о возмещении убытков и др. Відповідно до змісту статті при перекладі глагола «to claim» на російську мову використовується більш вузький за значенням глагол «считать».

2. Наступною складністю при перекладі можуть бути фразеологізми, кліше, гра слів, аллюзії і різноманітні устойчиві словосполучення: "Eu've got it. Teresa May praises EU leaders for having Brexit talks tonight... before they kick her out of the meeting" – «Ви отримали це. Тереза Мей похвалила європейських лідерів за переговори по Брекситу... перш ніж вони виставили її со зустрічі» (із газети The Sun). В наведеному заголовку зустрічається поширене сьогодні в молодіжному мові зміна слова you на созвучное йому eu, а також використання фамільярного фразового глагола «kick out», що в перекладі означає «вышвырнуть, выставить».

3. Часто можна зустріти аллюзію, тобто стилістичну фігуру, що містить вказівку, аналогію або натяк на якийсь літературний, історичний або політичний факт, закріплений в текстовій культурі або розмовній мові: "Will Republicans cave to Trump on Kremlingate?" (із газети Mirror) – «Обрушатся ли республиканцы на Трампа из-за Кремльгейта?» Згідно Вікіпедії, гейт – це загальний суфікс, що використовується для назви нових публічних скандалів по аналогії з Уотергейтом.

4. І, нарешті, газетні скорочення. Зазвичай вони не викликають складнощів при перекладі заголовка. Трудності можуть

вызывать те сокращения, которые не имеют в русском языке официального эквивалента. Часто сокращению подвергаются фамилии или фамильярные прозвища известных политических или общественных деятелей. "Theresa May makes jokes about Boris Jonson PMQs" (из газеты Mirror) – «Тереза Мэй шутит по поводу ответов Бориса Джонсона на вопросы премьер-министра». Расшифровать аббревиатуру PMQs (вопросы премьер-министра) можно, только прочитав статью.

Выводы. Таким образом, мы рассмотрели наиболее важные особенности заголовков на примере англоязычной прессы. Как видно, заголовки помогают читателю лучше понять текст и побудить интерес к публикуемому материалу, могут заинтересовать и даже поразить. И лишь во вторую очередь заголовку поручается информативная функция – сообщение читателю содержания статьи. Трудность перевода заключается в том, что в заголовках допускается нарушение языковых норм. И, кроме того, переводчику зачастую не хватает знания реалий и культуры изучаемого языка. Заголовки, как правило, написаны максимально жготно, в них опущены семантически второстепенные элементы. Для заголовков англоязычной прессы характерно частое использование специальных слов, составляющих так называемый «заголовочный жаргон». Но если переводчик понимает особенности переводимого текста, учитывает специфику языка, может распознать метафоры и аллюзии, он сможет справиться с поставленной задачей и перевод будет качественным.

Литература:

1. Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М. : Аспект-Пресс, 2004. – 387 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М. : Международные отношения, 1981. – 144 с.
3. Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. – Свердловск : Издательство Уральского университета, 1989. – 96 с.
4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В.И. Даль. – 3-е изд. СПб.-М. : Тип. Товарищества М.О. Вольф, 1903–1909. – Т. 1 : А – З. – 1903. 856 с.
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
6. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики 20 века): Научное издание / С.И. Сметанина. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
7. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.guardian.co.uk>.
8. The Independent [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.independent.co.uk>.
9. Mirror [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mirror.co.uk>.
10. The Sun [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wwwthesun.co.uk>.
11. The Washington Post [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.washingtonpost.co.ua>.
12. New York Post [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.newyorkpost.co.ua>.

Варламова А. О. Труднощі перекладу заголовків англійської преси на матеріалі англійських газет

Анотація. Стаття присвячена дослідженню проблем перекладу заголовків сучасної британської та американської преси. Розглядаються головні принципи побудови, лексичні та граматичні особливості та переклад газетних заголовків.

Ключові слова: преса, заголовок, газетний стиль, стилістичні особливості, алюзія, метафора, скорочення.

Varlamova A. The difficulties of headline translation of British press on the material of English-language newspapers

Summary. This article is devoted to the study of headline translation of the contemporary British and American press. The main principles of newspaper headlines, the lexical and grammatical features of newspaper headlines and their translation are examined.

Key words: mass media, headline, newspaper style, stylistic features, allusion, metaphor, abbreviations.

Гончаренко Е. П.,

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри іноземних мов для гуманітарних спеціальностей
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

«ІНОДІ ЛИШЕ КІЛЬКА СЛІВ МАЮТЬ НАДЗВИЧАЙНУ СИЛУ»: ПЕРЕКЛАД ТА АНАЛІЗ ГЕТТИЗБЕРЗЬКОЇ ПРОМОВИ АВРААМА ЛІНКОЛЬНА

Анотація. Статтю присвячено детальному розгляду Геттизберзької промови Авраама Лінкольна; проаналізовано її зміст та структуру тексту; підкреслено безперечну значущість промови в історії американського ораторського мистецтва. Запропоновано також український переклад промови у викладі автора статті.

Ключові слова: Геттизберзька промова, першотвір, письмовий переклад, художній текст, публіцистичний текст, повторення, поема, політичний стиль, теологічний стиль, ораторське мистецтво.

Постановка проблеми. «*Four score and seven years ago...*» – так починається Геттизберзька промова Авраама Лінкольна, що пролунала з вуст президента 19 листопада 1863 року на церемонії відкриття національного цвинтаря в Геттизберзі. Авраам Лінкольн написав текст цієї промови, за однією з версій, лише на двох аркушах паперу, за іншою – на зворотній стороні конверта в потязі дорогою до Геттизберга.

Що робить Геттизберзьку промову такою винятковою? Що вирізняє її серед інших промов? Насамперед, її стислість – вона уміщує всього 272 слова у 10 реченнях, але, що найважливіше, це – її переконливість, потужність висловлювань. Лінкольн виголосив її менш, аніж за три хвилини. На думку деяких дослідників, «Геттизберзьку промову можна визначити як натхненну промову» [1]; її також вважають однією з найвідоміших, найбільш цитованих промов усіх часів. Безперечно, вона відіграла і відіграє значну роль в історії американської країни: по-перше, тому, що Авраам Лінкольн виголосив її після найкривавішої битви 1–3 липня 1863 р. при Геттизберзі під час громадянської війни [2, с. 221], за наслідками якої було скасовано рабство, і, що найважливіше, південні та північні штати було об'єднано, і доведено, що Сполучені Штати – це одна, єдина, неподільна держава. По-друге, ця промова увійшла в історію і стала свого роду революцією в мисленні американців щодо ораторського мистецтва, хоч сам президент вважав, що «вона була невдалою, і зовсім скоро її забудуть» [2, с. 221].

Чому саме ця коротенька промова є такою незабутньою? Зробимо невеличкий екскурс в історію США: Америка була в епіцентрі кривавої громадянської війни, війни між північними та південними штатами, яка точилася з 1861 до 1865 рр. Того часу існували дві причини, що викликали розвій конфлікту: існування рабства та необхідності визнання прав кожного із штатів. За чотири місяці до промови Лінкольна союзні війська розбили конфедератів у битві при Геттизберзі (**The Gettysburg Battle**), невеличкому містечку в штаті Пенсильванія, яку вважають вирішальним, поворотним чинником у війні. Ця битва – найкривавіша битва не лише за період війни, але й за всю історію США: близько 60 000 чоловік було поранено і вбито, але

водночас ця битва є однією зі значущих битв громадянської війни, яка увійшла до історичних літописів Сполучених Штатів як **American Civil War** (Громадянська війна) = **War Between the States** (Війна між штатами) = **War of the Rebellion** (Війна з заколотниками) = **War of Secession** (Війна із сепаратистами) [3, с. 1046].

Виклад основного матеріалу. Геттизберзька промова виголошена президентом Лінкольном під час військових подій, які вирували на території США. Лінкольн був 16 президентом США і Головнокомандувачем Армії Союзу, його президентство припадає саме на роки Громадянської війни (1861–1865). Лінкольн вважають одним із найвідоміших і найшанованіших діячів в історії країни [3, с. 533–534]. На наш погляд, виступ Лінкольна на відкритті національного цвинтаря, який закарбувався в історичній пам'яті американців, не випадковий. Задовго до початку війни у 1858 р. Лінкольн набув загальнонаціональної популярності як оратор у процесі дебатів із Дугласом із питання рабства (відомо, що Лінкольн був противником поширення рабства). Під час президентства уряд Лінкольна прийняв низку прогресивних демократичних законів (серед них і про відміну рабства – **Emancipation Proclamation**), а також перейшов до рішучих дій проти рабовласницького півдня, навіть до їх повного військового розгрому.

На думку деяких професійних перекладачів, кожному американцеві відомі три тексти: це перші абзаци Декларації незалежності, державний гімн і Геттизберзька промова Авраама Лінкольна [4, с. 267]. Зважаючи на зміст промови, її тематичну наповненість та безперечну значущість, у представленій статті запропоновано детальний аналіз промови, який передбачає розв'язання таких завдань:

– з'ясувати, наскільки повноцінно (адекватно) український переклад відтворює текст оригіналу;

– до якого виду перекладу за жанром (або змістом) можна віднести Геттизберзьку промову Авраама Лінкольна;

– визначити, який вплив має промова на читача (або слухача).

Отже, пропонуємо першотвір Геттизберзької промови, а також її переклад та аналіз у нашому викладі.

Address Delivered at the Dedication of the Cemetery at Gettysburg Abraham Lincoln (November 19, 1863)

Four score and seven years ago our fathers brought forth on this continent, a new nation, conceived in Liberty, and dedicated to the proposition that all men are created equal.

Now we are engaged in a great civil war, testing whether that nation, or any nation so conceived and dedicated, can long endure. We are met on a great battle-field of that war. We have come to dedicate a portion of that field, as a final resting place for those who here

gave their lives that that nation might live. It is altogether fitting and proper that we should do this.

But, in a larger sense, we can not dedicate – we can not consecrate – we can not hallow – this ground. The brave men, living and dead, who struggled here, have consecrated it, far above our poor power to add or detract. The world will little note, nor long remember what we say here, but it can never forget what they did here. It is for us the living, rather, to be dedicated here to the unfinished work which they who fought here have thus far so nobly advanced. It is rather for us to be here dedicated to the great task remaining before us – that from these honored dead we take increased devotion to that cause for which they gave the last full measure of devotion – that we here highly resolve that these dead shall not have died in vain – that this nation, under God, shall have a new birth of freedom – and that government of the people, by the people, for the people, shall not perish from the earth [5, с. 106].

Геттизберзька промова Авраама Лінкольна на відкритті національного цвинтаря (19 листопада 1863 року)

«Вісімдесят сім років тому наші батьки дали життя на цьому континенті новій нації, зачатій у свободі і переконаній у твердженні, що всі люди створені рівними.

Сьогодні ми стали до бою у великій громадянській війні, яка є випробуванням для нашої країни і країн, подібних нашої за народженням та принципами, і перевіркою – чи здатні ми встояти в цих випробуваннях. Ми зібралися на цьому полі бою, де точилася війна. Ми прийшли сюди, щоб освятити клаптик цього поля – останнє місце тих, хто віддав своє життя, щоб ця країна могла жити. І саме так ми віддаємо шану честі і гідності.

Але в широкому розумінні ми не можемо ані присвячувати, ані освячувати, ані возводити у святиню цю землю. Сміливці, живі і полеглі, що боролися на цьому полі, вже освятили його, і наших слабких зусиль бракує, аби щось додати або применшити. Світ мало що помітить і не запам'ятає надовго слова, виголошені нами сьогодні, але світ навечно запам'ятає подвиг героїв. Це нам, живим, варто присвятити своє життя завершенню справи, розпочатої тими, хто гідно боровся на цьому полі. Це нам, живим, потрібно завершити найважливішу справу полеглих героїв, які вони гідно служили до останнього подиху. І лише ми можемо довести, що вони померли дарма, що цей народ під захистом Бога отримає нову відроджену свободу – і цей народний уряд, створений народом і для народу, ніколи не піде в небуття» [10].

Із тієї доби минуло багато часу. Але, судячи з тексту промови, ми усвідомлюємо, що висловлена Авраамом Лінкольном мета полягала не лише в тому, щоб «освятити клаптик землі». У той час Лінкольн розумів, що в період розвою громадянської війни він також повинен надихнути народ продовжувати боротьбу та перемогти. Англійський текст промови досить простий у викладі, але він зрозумілий носію мови – читачеві підготовленому, і надто складний для розуміння читачем або слухачем іншої культури. З якими труднощами стикається українськомовний або російськомовний перекладач? Труднощів безліч, серед них насамперед варто назвати реалії тієї доби, якими повинен послуговуватися перекладач у процесі роботи.

Як відомо, «Геттизберзьку промову вважають політичним заповітом Авраама Лінкольна» [3, с. 533]. У ній ми не відшукаємо гнівних закликів до бою, немає звернення до обох армій (півдня та півночі), ми не знайдемо таких слів, як «ворог», «Армія Конфедерації», «Армія Союзу», «південь», «північ», «поразка», «перемога», «скасування рабства» (*enemy, Confederate Army, Union Army, south, north, defeat, victory, Emancipation*

Proclamation). Лінкольн нікого не принижує і не звеличує, не перелічує імена полеглих героїв – солдатів і офіцерів. Натомість президент використовує у своїй промові архетипи: *our fathers, this/that nation, a great civil war, that field, the brave men living and dead, the unfinished work, these dead, a new birth of freedom, that government of people, shall not perish from the Earth*. На нашу думку, використання Лінкольном таких образів мало вагомий вплив на «закодований у колективній свідомості прообраз» (висловлювання К. Леві-Строса).

Звернемо увагу також на насиченість промови посиланнями на Біблію та Декларацію Незалежності [1; 6; 7; 8; 9]; деякі дослідники вважають, що в тексті промови є достатня кількість поетичних і риторичних складників, що надає підстави розглядати її швидше як поему, аніж політичний ораторський виступ» [1]. І таке припущення варте уваги. Недаремно Мішель Берді називає промову Лінкольна «Піснею Авраама» [6, с. 23–29].

Розглянемо початок промови: «*Four score and seven years ago our fathers brought forth on this continent, a new nation, conceived in Liberty, and dedicated to the proposition that all men are created equal*» [5, с. 67]. Ці слова сприйняті американською аудиторією не лише 1863 р., а й сьогодні: *four score* – запозичення з Біблії, біблійське слово *score* – два десятки, існує в англійській мові (із Псалма), але відповідний еквівалент відсутній у мові перекладу – українській або російській. «*Our fathers brought forth on this continent*» – наші батьки/творці/праотці дали життя на цьому континенті... Пряме посилання на Декларацію Незалежності, яка була прийнята і підписана 4 липня 1776 р., тобто 87 років тому (до дати виголошення промови). Під словосполученням *our fathers* (наші батьки, наші творці) розуміємо *Founding Fathers* (політичні лідери також відомі в історії США як *Fathers of the American Constitution, The Founders, The Framers* – в українському перекладі Батьки-засновники – Джордж Вашингтон, Бенджамін Франклін, Джеймс Медісон, Александр Гамільтон і Томас Джефферсон), політичні діячі, які не лише підписали Конституцію США у 1787 р., але й започаткували державні й політичні інститути та традиції країни [3, с. 239, 307, 340], головна константа яких полягає в тому, «...*that all men are created equal*...» – «що всі люди народжені вільними». У промові Лінкольн не вживає словосполучення *Founding Fathers*, лише *our fathers*. Зрозуміло, що для аудиторії тієї доби добре відомо, про що йдеться, але перекладачеві, віддаленому в часі, необхідно пояснити, прокоментувати ці історичні реалії в процесі перекладу, ніби перенести текст перекладу на новий «грунт». І нам здається, що це завдання є доволі непростим.

Текст промови Лінкольна – це три абзаци, які поєднані між собою. Впадає в око логічна структура промови, що складається з трьох частин: Перша частина – минуле – короткий підсумок історичних подій, унаслідок яких засновано нову державу – «*brought forth on this continent, a new nation, conceived in Liberty... dedicated to the proposition... all men are created equal... that war... that field... the brave men... who struggled here, have consecrated it... these honored dead*». Вона закінчується словами: «*...and dedicated to the proposition that all men are created equal*» – «...і переконаній у твердженні, що всі люди створені рівними» (до речі, К.Ф. Грехем вважає, що саме ці слова були поворотним пунктом промови, у якій Лінкольн переходив від думок про минуле до реалій дійсності [1]).

Друга частина – сучасне – у промові описано сучасний на той час контекст подій, внаслідок яких нова держава витримала випробування: «*...now we are engaged in... testing whether that*

nation, or any nation... can long endure; we are met on a great battle-field (Gettysburg)... we have come to dedicate a portion... a final resting place for those who here gave their lives... this nation under God. І, нарешті, третя – майбутнє – тут Лінкольн змальовує картину майбутнього, у якій перспективи нової держави повністю реалізуються за допомогою належних взаємин між урядом та народом – «...*it is altogether fitting and proper that we should do this... we can not dedicate – we can not consecrate – we can not hallow... the world will little note... but it can never forget... for us the living, rather, to be dedicated here... to the great task remaining before us... shall not have died in vain... that this nation... shall have a new birth of freedom... that government... shall not perish from the earth*». На нашу думку, у цьому абзаці слово *nation* (державна, країна) є найважливішою сполучною ланкою, що об'єднує усі три частини.

Використання Лінкольном повторень певних слів також варте уваги: так, слово *nation* повторюється 5 разів, *we* – 10 разів, *dedicate/dedicated* – 6 разів, *people* – 3 рази, *here* – 8 разів, *that* – 13 разів, *this* – 4 рази, *devotion* – 2 рази. Такий прийом є вкрай важливим і вважається характерною ознакою ораторського мистецтва. Це особливо прикметно, бо вся промова (як було зазначено раніше) – це 272 слова. Длаген Ендрю стверджує, що «за допомогою повторювання цих слів, президент досягає основної мети, яка полягає у тому, що «подібно людям, які загинули тут, ми повинні віддати своє життя, щоб урятувати нашу країну» [8]. Повторювання займенника «*we* – ми» – 10 разів (створює непомітний на перший погляд зв'язок з аудиторією), «*here* – тут, у цей момент» – 8 разів (ніби провіщується, що Геттисберг – це плацдарм, з якого потрібно рухатися уперед), «*dedicate/dedicated* – присвячувати / відданий (ідеї), переконаний» – 6 разів (звучить більш переконливо і потужно, ніж «ми повинні зробити це»), і, нарешті, слово «*nation*» – народ, нація, держава, країна, яке повторюється 5 разів (надає виразнішого, потужнішого звучання щодо досягнення високої мети).

На нашу думку, Геттисберзька промова Авраама Лінкольна викликає певний інтерес і як політичний документ, і як текст, аналіз якого доречно використовувати на практичних заняттях із дисциплін «Теорія та практика перекладу», «Практикум перекладу», «Країнознавство» як приклад емоційного впливу на читача та слухача (це так званий прагматичний аспект) та відтворення прихованих змістів у тексті (семантичний аспект).

Цілком природно, що в сучасного перекладача в процесі відтворення змісту оригіналу виникатимуть певні труднощі, і не лише через те, що текст промови створений 151 рік тому, а також тому, що Лінкольн написав цю промову в найскладніший період американської історії, він писав її, щоб бути почутим. На протипагу аудиторії 1863 р. нам, читачам (непідготовленим), читачам та перекладачам іншої культури й іншої історії, незнайомим з американськими реаліями, потрібно не лише відтворити зміст виголошеного та передати рідною мовою наявність різних стилів – політичного, теологічного, американських жанрів проповідей, але й відтворити у своїй свідомості події тих часів.

Будь-який переклад – це діалог перекладача з автором першотвору, але цей діалог не може відбутися без знання не лише мови, а й культурного та історичного пласту країни, з мови якої здійснюється переклад.

Висновки. Геттисберзька промова Авраама Лінкольна, якого, до речі, шанобливо називали «*Father Abraham* – батько Авраам» [3, с. 307], англійською звучить досить просто, без галасливих закликів та пишномовних обіцянок. У промові немає жодних закли-

ків до бою, але є слова, які звучать так, що об'єднують усю націю і переконують американців, що вони один, єдиний, неподільний народ. Промова спокійна, стримана та виважена за метою: стимулювати, спонукати націю до перемоги. Чи не тому на цій землі вже близько 151 року немає війн та революційних потрясінь?!

Аби дійти кінцевого висновку, варто пригадати слова Ніка Моргана, який, підкреслюючи вагомість Геттисберзької промови для американського народу, писав: «*Sometimes it's the little words that have the most power*» [9] – «Іноді лише кілька слів мають надзвичайну силу».

Література:

1. An analysis of Abraham Lincoln's Gettysburg Address [Electronical source]. – Access mode : <http://foxthepoet.blogspot.com/2008/09/poetical-analysis-of-abraham-lincoln>.
2. Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English. – Oxford University Press, 2000. – 599 p.
3. Американська. Англо-руський лінгвострановедческий словарь / под ред. Г.В. Чернова. – Смоленск : Полиграмма, 1996. – 1185 с.
4. Палажченко П.Р. Мой несистематический словарь (из записной книжки переводчика) / П.Р. Палажченко. – 4-е изд., испр. – М. : Р. Валент, 2004. – 304 с.
5. Дубенко О.Ю. Spotlight on the USA. – К. : Правда Ярославичів, 1998.
6. Берди М. Lincoln's Gettysburg Address: The Song of Abraham / М. Берди // «Мосты» – журнал переводчиков. – № 2(6). – 2005. – 92 с.
7. Zimmer J. The Gettysburg Address: An analysis. Manner of Speaking / J. Zimmer [Electronical source]. – Access mode : <http://mannerofspeaking.org/2010/11/19/the-gettysburg-address-an-analysis/>.
8. Dlugan A. Speech Analysis: Gettysburg Address – Abraham Lincoln / A. Dlugan [Electronical source]. – Access mode : <http://sixminutes.dlugan.com/speech-analysis-gettysburg-address>.
9. The greatest 250-word speech ever written by Nick Morgan [Electronical source]. – Access mode : <http://publicwords.com/the-greatest-250-word-speech-ever-written>.
10. Геттисберзька промова Авраама Лінкольна на відкритті національного цвинтаря (19 листопада 1863 року) / з англійської переклала Е.П. Гончаренко. – Дніпро, 2016. – 1 с. (На правах рукопису).

Гончаренко Э. П. «Иногда всего лишь несколько слов обладают невероятной силой»: перевод и анализ Геттисбергского послания Авраама Линкольна

Аннотация. Статья посвящена детальному анализу Геттисбергского послания Авраама Линкольна; анализируется содержание послания и структура текста; подчёркивается несомненная значимость послания в истории американского ораторского искусства. Предлагается также украинский перевод послания, выполненный автором статьи.

Ключевые слова: Геттисбергское послание, оригинал, письменный перевод, художественный текст, публицистический текст, повторение, поэма, политический стиль, теологический стиль, ораторское искусство.

Honcharenko E. «Sometimes it's the little words that have the most power»: translation and analysis of Abraham Lincoln's Gettysburg Address

Summary. This academic paper focuses on the detailed analysis of Abraham Lincoln's Gettysburg Address; its content and structure of the text is scrutinized also; its obvious significance as one of the most distinguished examples of the American oratory is emphasized in this paper. The Ukrainian version of Lincoln's Gettysburg Address is presented too.

Key words: address, original, translation, work of art, journalistic text, repetition, poem, political style, theological style, oratory.

Дорофеева М. С.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германської філології та перекладу
Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

КОГНІТИВНІ ПЕРЕДУМОВИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ У СИНЕРГЕТИЦІ ПЕРЕКЛАДУ

Анотація. У статті представлені три парадигми когнітивних досліджень перекладацького процесу в межах західноєвропейського перекладознавства. Розглянуто модель розпізнавання зразків та модель когнітивної перекладацької екосистеми. Узагальнено когнітивні фактори, які сформували підґрунтя для створення синергетичної моделі системи спеціального перекладу.

Ключові слова: синергетика перекладу, когнітивна транслятологія, модель перекладацького процесу, розпізнавання зразків, когнітивна перекладацька екосистема, синергетична система спеціального перекладу.

Постановка наукової проблеми та її значення. Синергетика перекладу, будучи наукою про синергізм та синергію перекладацької діяльності як системи самоорганізації, потребує створення відповідної методології дослідження перекладу. Основу такої методології формують, з одного боку, міждисциплінарні принципи синергетики, придатні до практичного застосування не лише у перекладознавстві, а й у будь-якому іншому напрямі розвідок живих, неживих та соціальних систем. З іншого боку, в межах синергетики перекладу постає питання побудови моделі трансляційного процесу, а також розробки універсальних прогностичних алгоритмів перекладацького аналізу. Поставлені завдання потребують звернення до тих наукових парадигм перекладознавства, що можуть слугувати підґрунтям синергетичної методології перекладу на завершальному етапі моделювання.

Аналіз досліджень. Р. Штольце розподіляє розвиток теорії перекладу в хронологічному порядку на три фази: 1) порівняння мовних систем оригіналу і перекладу; 2) вивчення текстів із погляду лінгвістики тексту та стилістики тексту, орієнтованих на переклад; 3) звернення дослідницької уваги на особистість перекладача [17, с. 25–79, 87–145, 201–232].

За словами А. Честермана, у новітній історії перекладу відбувається поворот від власне перекладацьких студій до вивчення категорії перекладача як суб'єкта перекладу (*turn from Translation Studies to Translator Studies*) [4, с. 13–22]. Суб'єктоцентричність сучасної теорії перекладу підтверджується актуальними розвідками вітчизняних та зарубіжних науковців [2, с. 48–53; 9; 12, с. 193–197; 13]. Ми, у свою чергу, вважаємо когнітивний вектор досліджень перспективним для розбудови синергетики перекладу, орієнтованої на особистість перекладача. З нашого погляду, надбання концептології у мовознавстві та когнітивної транслятології в теорії перекладу здатні сформулювати фундамент для подальшого моделювання перекладацького процесу на засадах синергетики. Цим зумовлюється *актуальність* пропонованого дослідження.

Мета. Слід підкреслити, що здобутки когнітивної транслятології, зокрема у західноєвропейському перекладознавстві,

дотепер залишаються не затребуваними у вітчизняній теорії перекладу. З огляду на цей факт, **метою** нашої статті є представлення існуючих напрямів когнітивних розвідок у галузі теорії перекладу. Заявлена мета передбачає вирішення кількох **завдань**: 1) опис когнітивно-діяльнісних парадигм теорії перекладу; 2) аналіз принципів їхньої дії у вигляді моделей; 3) узагальнення виявлених когнітивних механізмів у контексті моделювання трансляції спеціальних текстів як частини методології синергетики перекладу.

Об'єкт дослідження становить процес перекладу, представлений у вигляді моделей, відповідно до трьох когнітивних напрямів західноєвропейського перекладознавства.

Предметом дослідження виступають особливості когнітивних моделей процесу перекладу, що можуть слугувати підґрунтям для створення синергетичної моделі трансляції спеціальних текстів.

Виклад основного матеріалу. Напрями когнітивних досліджень перекладу західноєвропейського перекладознавства можна представити у вигляді трьох парадигм: (а) переклад як маніпуляція символів; (б) переклад як розпізнавання зразків; (в) переклад як інтелектуально-ситуативна діяльність [8, с. 275, 279, 284]. Порядок розташування когнітивних парадигм відповідає їхній появі в процесі еволюції теорії перекладу.

Перша парадигма під назвою «маніпуляція символів» [14, с. 68] становить початковий етап вивчення людської когніції у 50–60-х роках ХХ століття, під час якого процеси пізнання порівнюються з процесами обробки інформації в комп'ютері. Звідси випливає так звана комп'ютерна метафора, що шляхом аналогії намагається пояснити когнітивні процеси, які відбуваються у мозку людини під час перекладу. Етап маніпуляції, або *обробки символів* за термінологією Г. Штронера [18, с. 43], має свої витоки, по-перше, у трансформаційній граматиці Н. Хомського, по-друге, у кібернетиці та теорії інформації, по-третє, у теорії комунікації на базі моделі К. Шеннона та В. Вівера [16, с. 1–28]. Ключові положення математичної моделі комунікації потрапляють у перекладознавство і плідно розробляються, зокрема, О. Каде у Лейпцизькій школі перекладу (див. *дефініцію* перекладу як зміни кодів у роботі О. Каде – Д. М.) [6, с. 8].

Сам В. Вівер, будучи основоположником теорії машинного перекладу, навіть порівнює перекладацький процес із проблемою криптографії на рівні символів та знаків і стверджує, наприклад, що «стаття, написана російською мовою, насправді написана англійською мовою, тільки закодована в якісь дивні символи, які необхідно декодувати» [20, с. 18].

Відтак, у межах цієї парадигми перекладач отримує функцію «місця перемикавання» (англ. *Code-Switch*, нім. *Schaltstelle*), залишаючись просто безособовим елементом комунікативного ланцюжка *код¹ – декодування – перекладач як місце перемикавання*

кодів – рекодування – код². Процес перекладу, так само, як і одномова комунікація, має лінійний характер та підпорядковується певним правилам (алгоритмам), за допомогою яких адресант кодує повідомлення і надсилає його отримувачу через певний канал зв'язку. У свою чергу, отримувач декодує повідомлення, використовуючи однакові або схожі алгоритми [14, с. 69].

Р. Крюгер визначає головні недоліки першої когнітивної парадигми в теорії перекладу, спираючись на три пункти. По-перше, уявлення про переклад у вигляді алгоритмізованої заміни кодів не пояснює всю складність перекладацького процесу, який не обмежується лише операціями інтерлінгвального трансферу. По-друге, відбувається невинуватна редукція когніції людини до логічних та раціональних процесів, у той час, як інші фактори, наприклад, індивідуальний досвід перекладача, мотивація виконавця, контекст перекладу, залишаються поза увагою дослідників [8, с. 277]. По-третє, в ракурсі спеціального перекладу важливим фактором комунікативного процесу стає успішне досягнення мети комунікації, незважаючи на так звані «інформаційний дефіцит» (*defiziente Information*) [18, с. 51]. Саме цей фактор не враховується в межах парадигми маніпуляції символів.

Р. Крюгер наводить приклад експлікації семантичної інформації у науково-технічному перекладі, яку неможливо здійснити шляхом простої заміни кодів: EN: «<...> there are three main approaches to capturing the CO₂ generated from a primary fossil fuel <...>». DE: «<...> es [gibt] drei Hauptansätze zur Abtrennung des bei der Verbrennung eines fossilen Primärenergieträgers <...> entstandenen CO₂» [8, с. 278]. Для унаочнення прийому експлікації додамо переклади кожного речення українською мовою: EN-Ukr: «існує три головних підходи до вловлювання вуглецю, утвореного з первинного викопного палива». DE-Ukr: «існує три головних підходи до вловлювання вуглецю, утвореного з первинного викопного енергоносія шляхом згорання».

На матеріалі німецького перекладу можна побачити, що перекладач використовує прийом додавання, тобто експлікує інформацію, що імпліцитно присутня у пропозиції оригіналу: «<...> generated from a primary fossil fuel „ – „*bei der Verbrennung eines fossilen Primärenergieträgers* <...> entstandenen CO₂». Доданим елементом у німецькому перекладі виступає словосполучення *bei der Verbrennung* (утвореного шляхом згорання), відсутнє в англійському оригіналі. Таким чином, перекладач усуває дефіцит семантичної інформації, використовуючи власний когнітивний потенціал знань у фаховій області, до якої належить текст оригіналу. Очевидно, що перекладацький алгоритм зміни кодів, що лежить в основі як первинних, так і сучасних програм машинного перекладу, не здатен здійснити таку операцію.

Отже, наведена критика виявила слабкі місця першої парадигми когнітивного перекладознавства і зумовила появу другого напрямку когнітивної транслятології під назвою «розпізнавання зразків». Нові дослідження в галузі когнітології встановили, що природа «передбачила для мозку людини зовсім іншу будову, ніж інформатики вкладають у стандартний комп'ютер» [18, с. 48]. Тому в наукових уявленнях про перебіг мовленнєво-розумових процесів, у тому числі процесу перекладу, відбувається заміна комп'ютерної метафори кібернетики на так звану мозкову метафору конекціонізму.

Під поняттям «конекціонізм» розуміють сукупність взаємозв'язків між мільйонами нейронів у структурі людського мозку. З цього випливає, що когніція в даній парадигмі, на відміну від

попередніх уявлень, становить процес розпізнавання зразків на базі нейронних мереж. Отже, людське знання репрезентується не у вигляді визначених заздалегідь символів (кодів), а у формі активації певних зразків мислення і діяльності, розподілених всередині нейронної мережі мозку [13, с. 15]. Своєрідним девізом нової когнітивної парадигми може слугувати висловлювання Д. Румельхарта: «*The knowledge is in the connections*» (знання знаходиться у зв'язках – Д. М.) [15, с. 75].

Абстрактними одиницями представлення знань у конекціонізмі, переважно у когнітивній семантиці, слугують поняття фрейму, схеми, сценарію або домена. Названі терміни, представлені у теоретичних концепціях фреймової семантики Ч. Філмора [5, с. 111–137] та когнітивній граматиці Р. Лангакера [11, с. 463–467], успішно розробляються у західноєвропейському перекладознавстві, зокрема, в роботах М. Ванерем та М. Снел-Горнбі, П. Кусмауля, Г. Крінгса [19; 10; 7].

За визначенням Д. Буссе, фрейм асоціюється з абстрактною, комплексною структурою елементів знань, що активуються через мовні вирази або ланцюжки виразів. Мовні значення є результатом названого процесу активації. Самі значення складають мережеву структуру елементів знань, які в процесі розуміння тексту/висловлення піддаються реконструкції за допомогою звернення до фонових знань суб'єкта-отримувача [3, с. 85].

Наведена дефініція видається плідною в контексті дослідження спеціального перекладу. Так, Д. Буссе розрізняє два онтологічні статуси фрейму: 1) колективний (*allgemein*) соціальний фрейм; 2) індивідуальний когнітивний фрейм. У першому випадку фрейми утворюють організовану структуру спільного знання фахових спільнот у відповідному фаховому дискурсі, маючи абстрактну природу. У другому випадку фрейми складають рамкові структури знань індивіда у вигляді нейронних зв'язків мозку, які зберігаються у пам'яті людини, активуючись за наявності відповідного завдання. На нашу думку, фрейми як інструмент організації людських знань можливо й доцільно використовувати для вирішення завдань теорії та дидактики спеціального перекладу, зокрема, для обґрунтування перекладацьких рішень у формі протоколів ТАР (ПМУ – протокол «Міркуй Уголос») [2, с. 48].

У роботі Р. Крюгера наведено модель перекладацького процесу в межах парадигми розпізнавання зразків (див. схему 1) [8, с. 281].

Відповідно до графічного представлення моделі, перекладач отримує провідний статус серед її компонентів, оскільки задіює індивідуальний когнітивний фрейм (далі ІКФ) на обох етапах процесу перекладу. На першому етапі трансляції відбувається інтерпретація вихідного тексту (далі ВТ) за низхідним і висхідним принципами (Top-Down та Bottom-up). На другому етапі перекладу виконавець на основі суб'єктивної інтерпретації оригіналу здійснює конструкцію цільового тексту (далі ЦТ).

Рамкова структура знань суб'єкта перекладу, відповідно до схеми, формується із трьох взаємопов'язаних елементів знань – складових ІКФ: 1) фрейм цільової ситуації; 2) фрейм регістру цільової мови; 3) фрейм фахової області, до якої належить текст оригіналу. Р. Крюгер відносить наведену модель до макроскопічної перспективи перекладацької діяльності на відміну від мікроскопічних алгоритмів декодування і рекодування моделі зміни кодів. Макроскопічність моделі розпізнавання зразків пов'язана із нелінійною організацією знання перекладача у формі когерентної взаємодії фреймів, що приводить до

можливих інтерпретацій та непередбачуваності кінцевого результату перекладу. Розуміння цього факту свідчить про зміну сприйняття перекладу як лінійного процесу, що відбувається за визначеними правилами, на розуміння нелінійного характеру трансляції. Розглянемо схему 1 детальніше.

У контексті спеціального перекладу перший фрейм цільової ситуації активується під час доперекладацького аналізу, коли перекладач визначає мету комунікації та функцію ВТ, від якої залежить інваріант перекладу. Відповідно до функції приймається рішення про застосування глобальних стратегій (методів) перекладу ВТ. Другий фрейм реєстру цільової мови містить знання виконавця про граматичні та жанрово-стилістичні норми мови перекладу, які можуть вимагати додаткової експлікації інформації (див. приклад англійсько-німецького перекладу вище). Даний фрейм активується під час другого етапу перекладу у фазі конструкції ЦТ.

Зрештою, третій фрейм фахової області відповідає фоновим знанням суб'єкта перекладу про галузь життєдіяльності, представлену у вихідному тексті. Причому такі знання можуть бути як поверхневими (дефіцитними), так і енциклопедичними. Названий фрейм «покриває» обидва етапи перекладацького процесу, оскільки, з одного боку, забезпечує розуміння ВТ на етапі інтерпретації, з іншого боку, зумовлює адекватне уживання термінології та жанрово-стилістичних зразків на етапі конструкції ЦТ.

У випадку значного інформаційного запасу перекладача стосовно предмета перекладу можна говорити про близькість ІКФ до колективного соціального фрейму як сукупності колективних знань про певний фрагмент об'єктивної дійсності (фахову область). Втім, на практиці перекладач, навіть якщо він спеціалізується на конкретному фаховому напрямі, завжди «програє» спеціалісту, оскільки має прогалини в індивідуальному когнітивному фреймі.

Незважаючи на макроскопічний характер парадигми розпізнавання зразків, до складу якої входять не тільки суб'єктивний фактор перекладача, а й когнітивні особливості індивідуальної та колективної структури знань, парадигма конекціонізму також виявила свої недоліки. До її негативних сторін дослідники відносять, по-перше, недостатнє урахування впливу факторів комунікативної ситуації на когнітивну діяльність суб'єкта перекладу [18, с. 53]. По-друге, конекціонізм «замикає» пояснення всіх процесів на індивідумі, залишаючи поза увагою всі інші зовнішні фактори [14, с. 71]. Отже, вилучення фактора взаємодії перекладача з навколишнім середовищем призвело до неповноти моделі та викликало необхідність розширення дослідницького фокусу на інші складові процесу перекладу.

На думку Г. Ріску, когнітивною парадигмою перекладознавства, що максимально враховує всі особливості процесу спеціального перекладу, може слугувати напрям під назвою *Situated Translation* – контекстно-ситуативний переклад [14, с. 38]. Концепція контекстно-ситуативного перекладу має витoki в теорії ситуативно обумовленої когніції – сучасному напрямі когнітивних міждисциплінарних досліджень. Новизна цієї перекладознавчої парадигми полягає в розширенні функціонально-діяльнісного напрямку досліджень перекладу з погляду когнітивної науки.

Механізм дії контекстно-ситуативного перекладу відтворюється через метафору екосистеми. За словами Р. Штронера, метафора екосистеми ґрунтується на переконанні, що когніція є результатом специфічного відношення між живим організмом та навколишнім середовищем. Когніцію визначають не стільки можливості ізолюваного людського мозку, скільки когнітивна діяльність людини у взаємодії зі своїм оточенням [18, с. 54]. Німецький когнітолог розділяє визначення екосистеми на традиційне та когнітивне розуміння цього поняття.

Так, звичайна екосистема становить природну єдність живих організмів та об'єктів навколишнього середовища, яка

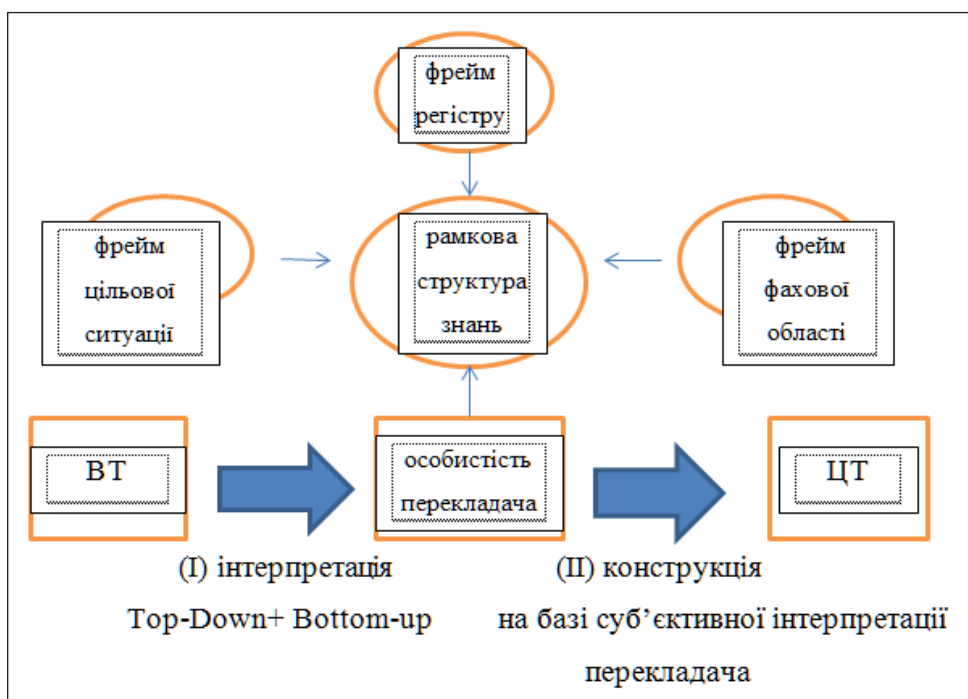


Схема 1. Модель процесу перекладу в парадигмі розпізнавання зразків

підтримує власну рівновагу шляхом взаємодії між елементами. На противагу природній екосистемі, когнітивна екосистема асоціюється з адаптивною системою, до складу якої входять два компоненти: живі організми та об'єкти їхнього середовища життєдіяльності. За аналогією з когнітивною екосистемою, носієм якої стає людина, в концепції контекстно-ситуативного перекладу виникає поняття перекладацької екосистеми. Авторка теорії Г. Ріску уточнює елементи перекладацької екосистеми, стверджуючи, що когнітивні процеси перекладу можна пояснити лише з урахуванням взаємодії мозку перекладача, тіла останнього, артефактів та інших індивідуумів [14, с. 73]. Загалом, термін «артефакти» (від лат. arte – штучний та factus – зроблений) стосується продуктів і результатів діяльності людини, тобто позначає штучно створені предмети і явища. Отже, світ артефактів утворює штучне середовище буття людини, так звану «другу природу», яка має не лише об'єктивні властивості, а й суб'єктивну цінність [1].

У контексті спеціального перекладу до артефактів належать всі допоміжні засоби здійснення перекладацької діяльності, у тому числі традиційні двомовні словники, одномовні лексикографічні джерела, довідники, енциклопедії, електронні багатомовні словники, бази даних пам'яті перекладів (технології *translation memory*), а також програми машинного перекладу.

Терміном «інші індивідууми» в теорії контекстно-ситуативного перекладу позначають усіх учасників перекладацького проекту, крім самого перекладача, серед яких замовник, керівник та менеджери проекту, колеги-перекладачі, технічні спеціалісти-консультанти, рецензенти, редактори готового перекладу. Крім того, перевагою теорії контекстно-ситуативного перекладу стосовно інших парадигм перекладознавства стало введення до перекладацької екосистеми факторів фізичного та психічного стану перекладача. Згадані вище елементи мозку й тіла перекладача символізують дію саме цього фактора в когнітивній екосистемі перекладу.

Розширення фокусу дослідницької думки від когнітивних процесів у мозку перекладача до факторів навколишнього середовища й особливостей взаємодії суб'єкта перекладу зі своїм оточенням експліцитно реалізується у такому твердженні

Г. Ріску: «Те, що відбувається в голові перекладачів, повинно доповнюватись тим, що відбувається в них у руках / у комп'ютері / на робочому столі / у мовленні / у діалогах із колегами» [14, с. 91].

Схематично процес перекладу як інтелектуальної контекстно-ситуативної діяльності у перекладацькій екосистемі можна представити таким чином (див. схему 2) [8, с. 286].

Наведена модель графічно зображує переклад як інтелектуальну контекстно-ситуативну діяльність. Центральне місце у перекладацькій екосистемі посідає перекладач, що бере на себе активну роль у процесі перекладу (ПП), водночас орієнтуючись на умови конкретної ситуації, в межах якої виконується перекладацьке замовлення.

Перший етап спеціального перекладу становить ситуативна інтерпретація ВТ, другий етап містить ситуативну конструкцію цільового тексту. Фаза власне перекладу визначається іншими елементами екосистеми, які розподілені на групи: 1) артефакти; 2) партнери проекту; 3) ментальний стан перекладача.

Наприклад, серед можливих артефактів екосистеми наведені: 1) база даних пам'яті перекладів (артефакт 1: Translation Memory system); 2) вимоги до оформлення ЦТ (артефакт 2 – Styleguide). Елемент «партнери» охоплює менеджерів проекту, а також інших перекладачів-учасників проекту, які виконують одне й те саме перекладацьке замовлення. Зрештою, елемент «ментальний стан» маркує відповідний психічний та фізичний стан виконавця, що впливає на якість результату перекладу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи розгляд напрямів когнітивної транслятології у західноєвропейському перекладознавстві, можна зробити такі висновки.

20. У контексті синергетики перекладу плідним підґрунтям для створення синергетичної моделі трансляції виявилась модель когнітивної перекладацької екосистеми Г. Ріску. Наведена модель слугує підтвердженням теоретичних засад синергетики перекладу, де переклад розглядається як нелінійна незамкнена система когерентної взаємодії внутрішнього та зовнішнього рівнів.

21. Якщо екстраполювати елементи моделі екосистеми на синергетику спеціального перекладу, можна встановити,

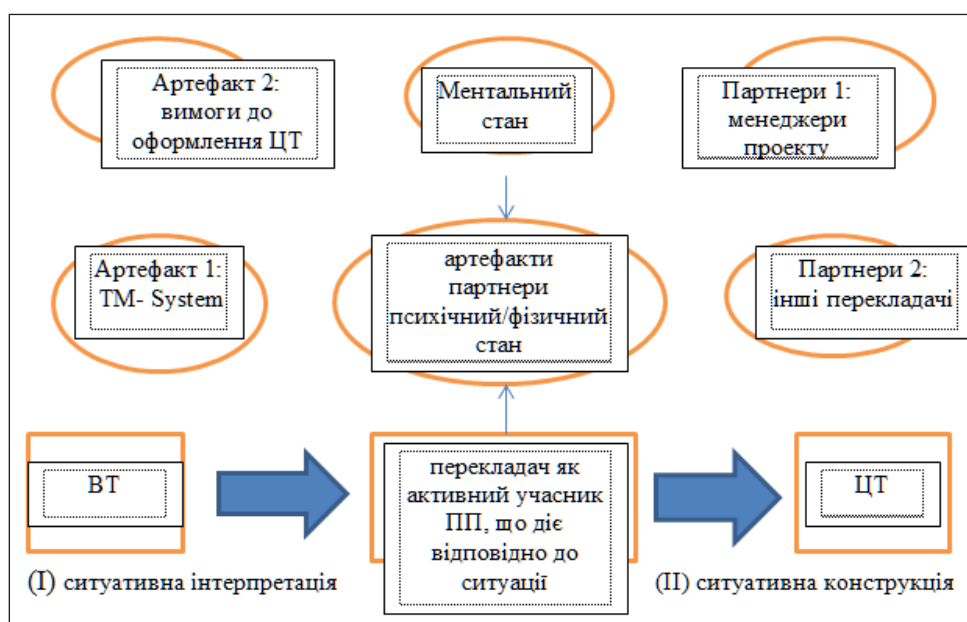


Схема 2. Модель процесу перекладу в парадигмі когнітивної перекладацької екосистеми

що її нижня синтагматична частина, тобто відношення перекладача до ВТ і ЦТ, відповідає внутрішньому рівню системи спеціального перекладу (далі ССП). У нашій концепції внутрішній рівень ССП утворюють семантична та експліцитна комунікативно-прагматична інформація оригіналу, яку перекладач сприймає на етапі ситуативної інтерпретації, а згодом перетворює на етапі ситуативної конструкції.

22. Верхня парадигматична частина моделі відбиває окремі параметри порядку, які детермінують проходження точок біфуркації під час перекладу (прийняття перекладацьких рішень), встановлення перекладацької рівноваги та місця незамкненості системи спеціального перекладу.

Перспективою подальших досліджень у галузі синергетики перекладу вважаємо розбудову спеціалізованих моделей трансляції для інформативних, експресивних та апелятивних текстів на засадах когнітивно-діяльнісної парадигми перекладознавства.

Література:

- Средство творческого создания // Энциклопедия Кругосвет. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/filosofiya/KULTURA.html?page=0,1.
- Ребрій О. Експериментальне дослідження когнітивних механізмів творчості у перекладі / О. Ребрій // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація». – 2016. – № 1. – С. 48–53.
- Busse D. Semantik / D. Busse. – Paderborn : Fink, 2009. – 144 S.
- Chesterman A. The Name and Nature of Translator Studies / Andrew Chesterman // Hermes – Journal of Language and Communication Studies. – 2009. – № 42. – pp. 13–22.
- Fillmore Charles J. Frame Semantics / Charles J. Fillmore // Linguistics in the Morning Calm. – Seoul : Hanshin, 1982. – pp. 111–137.
- Kade O. Kommunikationswissenschaftliche Probleme der Translation / O. Kade // A. Neubert. Grundfragen der Übersetzungswissenschaft. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie (Beihefte zur Zeitschrift Fremdsprachen 2), 1968. – S. 3–19.
- Krings Hans P. Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht. Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern / Hans P. Krings. – Tübingen : Narr, 1986. – 570 S.
- Krüger R. Fachübersetzen aus kognitionstranslatologischer Perspektive. Das Kölner Modell des situierten Fachübersetzers / Ralph Krüger // trans-kom 8[2], 2015. – S. 273–313. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trans-kom.eu>.
- Krüger R. The Interface between Scientific and Technical Translation Studies and Cognitive Linguistics. With Particular Emphasis on Explication and Implication as Indicators of Translational Text-Context Interaction / Ralph Krüger. – Berlin : Frank & Timme (TransÜD 74), 2015. – S. 53–54.
- Kußmaul P. Verstehen und Übersetzen. Ein Lehr- und Arbeitsbuch / P. Kußmaul. – Tübingen : Narr, 2010. – 217 S.
- Langacker R. Cognitive Grammar. A Basic Introduction / R. Langacker. – Oxford / New York / Auckland : Oxford University Press, 2008. – 573 p.
- Prunč E. Entwicklungslinien der Translationswissenschaft. Von den Asymmetrien der Sprachen zu den Asymmetrien der Macht / E. Prunč. – Berlin : Frank&Timme, 2012. – 518 S.
- Rickheit G., Strohn H. Grundlagen der kognitiven Sprachverarbeitung. Modelle, Methoden, Ergebnisse / G. Rickheit, H. Strohn. – Tübingen : Francke, 1993. – 325 S.
- Risku H. Translationsmanagement. Interkulturelle Fachkommunikation im Kommunikationszeitalter / H. Risku. – Tübingen : Narr, 2004. – 276 S.
- Rumelhart D., Hinton G., McClelland J. A General Framework for Parallel Distributed Processing // David E. Rumelhart, James L. McClelland (Hg.) Parallel Distributed Processing. – Bd. 1: Foundations. – Cambridge, MA : MIT Press, 1986. – pp. 45–76.
- Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication / Claude E. Shannon, Warren Weaver. – Urbana / Chicago / London: University of Illinois Press, 1972. – 125 p.
- Stolze R. Übersetzungstheorien. Eine Einführung / R. Stolze. – Tübingen : Narr, 2005. – 269 S.
- Strohn H. Kognitive Systeme. Eine Einführung in die Kognitionswissenschaft / H. Strohn. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1995. – 280 S.
- Vannerem M., Snell-Hornby M. Die Szene hinter dem Text: «scenes-and-frames semantics» in der Übersetzung / M. Vannerem, M. Snell-Hornby // Übersetzungswissenschaft – Eine Neuorientierung. Zur Integrierung von Theorie und Praxis. – Tübingen : Francke, 1986. – S. 184–205.
- Weaver W. Translation / W. Weaver // William N. Locke, A. Donald Booth (Hg.): Machine Translation of Languages. – Technology Press of the Massachusetts Institute of Technology / New York : Wiley / London: Chapman & Hall, 1955. – pp. 15–23.

Дорофеева М. С. Когнитивные предпосылки моделирования системы в синергетике перевода

Аннотация. В статье представлены три парадигмы когнитивных исследований переводческого процесса в рамках западноевропейского переводоведения. Рассмотрены модель распознавания образов и модель когнитивной переводческой экосистемы. Обобщены когнитивные факторы, сформировавшие основу создания синергетической модели системы специального перевода.

Ключевые слова: синергетика перевода, когнитивная транслятология, модель переводческого процесса, распознавание образов, когнитивная переводческая экосистема, синергетическая система специального перевода.

Dorofeyeva M. Cognitive background for system modeling in the translation synergetic

Summary. The article presents the three paradigms of cognitive translation studies in the framework of the Western European translology. The pattern recognition model and the model of the cognitive translation ecosystem were considered as well. The cognitive factors forming the basis for the synergetic model of specialized translation system were summarized.

Key words: translation synergetic, cognitive translology, translation process model, pattern recognition, cognitive translation ecosystem, synergetic system of specialized translation.

Кушнір Л. О.,
аспірант

Львівського національного університету імені Івана Франка

СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ІМПЛІЦИТНОГО ЗМІСТУ ТВОРІВ ДЖ. Р.Р. ТОЛКІНА В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Анотація. Проаналізовано стратегії відтворення імпліцитного змісту роману «The Lord of the Rings» і повісті «The Hobbit» Дж. Р.Р. Толкіна та масштаби лінгвокультурної адаптації в українських перекладах. Зроблено порівняння з російськими та польськими перекладами.

Ключові слова: художній переклад, імпліцитний зміст, лінгвокультурна адаптація, фентезі, Дж. Р.Р. Толкін.

Постановка проблеми. Питання перекладацьких стратегій займають чільне місце у сучасній перекладознавчій теорії і у практиці художнього перекладу. До них неодноразово звертали Л. Венуті, Г. Вермеєр, М. Гарбовський, Р. Зорівчак, Т. Кияк, В. Комісаров, І. Корунець, Л. Латишев, К. Норд, О. Швейцер та інші дослідники. Перекладацькі стратегії інтенсивно вивчають і сьогодні (див., наприклад, недавні праці Т. Андрієнко [1], Н. Лядової та Л. Кушніної [2] й О. Петрової [3]). Цікавими об'єктами дослідження є переклади творів жанру фентезі, зокрема творів британського письменника Дж. Р.Р. Толкіна. Принципові рішення та стратегії, обрані перекладачами Дж. Р.Р. Толкіна, обговорювали К. Божко [4], О. Ребрій [5], Б. Стасюк [6], О. Тихомирова [7], О. Третякова [8] й О. Фадєєва [9].

Базуючись на теоретичному підході лінгвістичної імплікації, О. Третякова [8] зосередила увагу на сукупності прихованих (імпліцитних) компонентів інформаційного поля творів Дж. Р.Р. Толкіна, які доповнюють експліцитні компоненти їхнього змісту. Така увага до імпліцитного складника художніх текстів слушна. Наприклад, Т. Кияк зі співавторами зазначають: «У художньому тексті експліцитне (зовнішнє, безпосередньо висловлене) завжди менш вагоме і менш об'ємне, ніж імпліцитне (внутрішнє, переносне)» [10, с. 423]. Ось чому в адекватному перекладі слід належно відтворити не лише експліцитне, але й імпліцитне – сукупність прихованих «підтекстів» (погляди, ідеї та переконання, елементи світогляду, національні або культурні цінності тощо), які автор має на гадці донести до читача, не виражаючи їх прямими засобами. На думку О. Третякової [8], для їх успішного відтворення слід коректно ідентифікувати прихований зміст оригіналу, вирішити низку семасіологічних, лінгвістичних і лінгвокультурологічних перекладацьких завдань і на основі прагматичного прогнозування обрати належну перекладацьку стратегію (пряме або коментоване перенесення імпліцитних елементів змісту в переклад, їх експлікацію або адаптацію). У праці О. Третякової [8] було докладно проаналізовано російські переклади Дж. Р.Р. Толкіна на предмет стратегій відтворення імпліцитного змісту.

Мета статті – з'ясування стратегій відтворення імпліцитного змісту першотворів Дж. Р.Р. Толкіна в українських перекладах, а також якісні порівняння з російськими та польськими перекладами. Для цього застосовано прийоми якісного зіставлення оригіналів і різних перекладів, а також методичу кількісного порівняння масштабів лінгвокультурної адаптації українськими перекладачами авторських художніх оказіоналізмів.

До уваги було взято україномовні переклади двох найвідоміших творів Дж. Р.Р. Толкіна – роману «The Lord of the Rings» [11] і повісті «The Hobbit, or There and Back Again» [12]. Це переклади повісті за авторством О. Мокровольського [13] і О. О'Лір [14], а також переклади роману О. Мокровольського [15], А. Немірової [16], О. Фешовець [17] і К. Онішук [18].

Виклад основного матеріалу. Зосередимося на ідентифікації комплексу прихованих «підтекстів» фентезійних творів Дж. Р.Р. Толкіна, що становитиме надійну методологічну основу дослідження питань відтворення імпліцитного в перекладі. За О. Третяковою [8], стрижневу роль у творах автора відіграють фольклорно-міфологічні імпліцитні компоненти. У термінах Дж. Р.Р. Толкіна йдеться про «легендаріум» – систему міфів, висвітлених найперше в романах «The Lord of the Rings» і «The Silmarillion». На нашу думку, не менш важливі імпліцитні компоненти пов'язані, зокрема, з такими моментами, як лінгвопоетична авторська мотивація написання творів; добротро розроблені авторські художні «мови» із джерелами в латині, давньогрецькій, староанглійській, фінській, валлійській та інших природних мовах; фонетична експресивність більшості авторських лексичних одиниць зі штучних «мов» як вираження лінгвістичних смаків і навіть схильності автора до фоносемантики; значна за масштабами (близько 2 тис. одиниць) «номенклатура» – система авторських поетонімів і художніх реалій переважно оказіонального характеру; промовистість багатьох онімів і реалій як вираження квазі-експліцитної авторської оцінки персонажів, об'єктів і явищ; інтегрування силабо-тонічної та алітераційної поезії у прозові твори та прозиметрична форма останніх як вираження авторських уподобань; виразний національний колорит і «англійськість» творів, апологія автором англійського та староанглійського; схилення автора перед староанглійською і давньогерманською (зокрема північногерманською та давньоісландською) мовами та культурами; ідеологічні та світоглядні погляди автора тощо. Отже, відтворення в перекладі фольклорно-міфологічних імпліцитних елементів творів Дж. Р.Р. Толкіна, на якому наголошує О. Третякова [8], є лише одним із часткових завдань відтворення всього імпліцитного змісту цих творів, а остання проблема по суті близька до проблеми відтворення авторського ідіостилу в перекладі (див. працю О. Лисенкової [19]).

Відтворення імпліцитних елементів першотвору зводиться до вибору чи компромісу між культурною адаптацією та екзотизацією. Тому, аналізуючи концептуальні відмінності між імпліцитними елементами оригінальних творів і їх російських перекладів, О. Третякова розрізняє такі альтернативні перекладацькі стратегії, як транзитивну, адаптивну (яка містить лінгвокультурний, жанровий і віковий типи адаптації) і «альтернативну» (політизацію, християнізацію тощо).

Перерахуємо основні ознаки застосування в перекладі транзитивної стратегії, яка передбачає максимально точне та фор-

мальне відтворення стилю оригіналу, і проілюструємо їх прикладами з українських перекладів: 1) транскодування більшості онімів і реалій: *Huorns* [11, т. 2, с. 186] – *гуорни* [18, т. 2, с. 264; 17, с. 528], *the Carrock* [12, с. 114] – *Каррок* [13, с. 117] (порівн. із *Візкамінь* [14, с. 152]); 2) пошук найближчих семантичних відповідників лексичного наповнення: *the Withered Heath* [12, с. 20] – *Сухе пущище* [13, с. 24], *Сухі Вересовища* [14, с. 36]; 3) буквальне передавання синтаксичної структури, а також тропів і фразеологізмів: *Short cuts make long delays* [11, т. 1, с. 98] – *Просто підеш – довго йтимеш* [17, с. 92], *Захочеш зрізати – довші йтимеш* [18, т. 1, с. 156] (на відміну від природного українського *Хто навпростець ходить, вдома не ночує* [15, т. 1, с. 118; 16, т. 1, с. 100]); 4) перекладач не заповнює семасіологічних і лінгвокультурологічних лакун, що породжує незрозумілі читачеві перекладу імпліцитні змісти (т. зв. «темні імплікати»), а також буквализми та кальки, що конфронтують із лінгвокультурологічним досвідом читача: наприклад, *Chetwood* [11, т. 1, с. 4] – *Чет-ліс* [17, с. 14], *Xem-ліс* [18, т. 1, с. 13], де, як і *wood*, складова *chet* кельтського походження теж означає *ліс* (порівн. із легшими для сприйняття замінами *Шпачиний ліс* [15, т. 1, с. 12] і *Дужий ліс* [16, т. 1, с. 12]).

О. Третьякова [8] вважає, що транзитивна стратегія притаманна російському перекладу роману «The Lord of the Rings» О. Грузберга (див. також аналіз К. Божко [4]). На нашу думку, інший приклад О. Третьякової (російський переклад роману В. Маторіної) не надто виразний. Натомість ознаки транзитивності виявляє російський переклад роману М. Каменкович і В. Карріка (див. таблицю 1, де вища або нижча позиція перекладу відповідає переважанню очуження або адаптації). З іншого боку, істотно яскравішими взірцями втілення транзитивної стратегії є польські переклади роману за авторством М. Скібневської, а також М. Гембіцької-Фронц і Ц. Фронца. Розглянемо, наприклад, переклад фрагменту «*My dear Bagginses and Boffins, he began again; and my dear Took and Brandybuck, and Grubbs, and Chubbs, and Burrowses, and Hornblowers, and Bolgers, and Bracegirdles, Goodbodies, Brockhouses, and Proudfoots*» [11, т. 1, с. 30] – «*Moi kochani Bagginsowie i Boffinowie – zaczął*

po raz wtóry. – Moi dzy Tukowie i Brandybuckowie, Grubbowie i Czubbowie, Burrowsowie, Hornblowerowie, Bolgerowie i Bracegirdle'owie, Goodbody'owie, Brockhouse'owie...» [20, т. 1, с. 31]. Відтворюючи авторську лексику, М. Скібневська переважно очужує її: більшість прізвищ транслоровано (*Baggins*, *Hornblower* та ін.), а *Took* – транскрибовано (*Tuk*). Лише у відповідниках *Grubb* – *Grubb* і *Chubb* – *Czubb* маємо незначні навмисні відхилення від точної транскрипції: утримання літери *u* в перекладі змінює англійський звук [ʌ] на польський [u], що породжує асоціації з польськими словами *gruby* (товстий) і *czub* (чуб, голова тощо). Серед українських перекладів виражених прикладів відповідної стратегії не спостерігаємо, хоча елементи транслоракції знаходимо в перекладі роману К. Онішук (наприклад, *Carn Dûm* [11, т. 1, с. 162] – *Карн-Дѳм* [18, т. 1, с. 249]).

Адаптивні стратегії перекладання орієнтовані на досягнення оптимального сприйняття перекладу цільовою аудиторією та передбачають комплекс трансформацій оригіналу. Тоді завдання відтворення імпліцитного змісту оригіналу вирішують в обмежених масштабах або знімають взагалі, а адекватність перекладу трактують із прагматичних позицій. Лінгвокультурна адаптація передбачає такі перетворення тексту, що сприяють його кращому розумінню носіями цільової мови та культури. Це, наприклад, заміна англійських мір довжини на українські: *furlong* [11, т. 1, с. 324] – *п'ятсот кроків* [16, т. 1, с. 307], *sto sajeniv* [18, т. 1, с. 491]. Трансформаційні дії передбачають заповнення всіх лакун (наприклад, використання семантичної експлікації – *the Window of the Sunset* [11, т. 2, с. 317] – *водоспад Вікно Призахіднього Сонця* [15, т. 2, с. 217], *водоспад Західної Веселки* [16, т. 2, с. 256]), змістовий переклад онімів і реалій (*Bladorthin* [12, с. 231] – *Тонкоруб* [14, с. 290] – порівн. із *Бладортін* [13, с. 230]), пошук їхніх суто функціональних аналогів (наприклад, прізвисько *Pimple* [11, т. 3, с. 316] персонажа з надокучливим характером А. Немірова відтворює як *Тинун* [16, т. 3, с. 274], що позначає хрящуватий наріст на кінчику язика у птахів). Національно забарвлені експлікати та імплікати переважно замінюють на їх приблизні відповідники в межах мови та культури перекладу (наприклад, фітонім *evermind*

Таблиця 1

Стратегії відтворення імпліцитного змісту творів Дж. Р.Р. Толкіна в перекладах

Стратегія		Українські переклади	Російські переклади	Польські переклади
Транзитивна		–	О. Грузберг, М. Каменкович і В. Каррік	М. Скібневська, М. Гембіцька-Фронц і Ц. Фронц
Адаптивна	Лінгвокультурна адаптація	К. Онішук, О. Фешовець, А. Немірова, Олена О'Лір, О. Мокровольський (роман, повість)	В. Маторіна, Н. Григор'єва і В. Грушецький, А. Немірова, В. Муравйов і А. Кістяковський, Н. Рахманова, К. Корольов	Є. Лозінський
	Жанрова адаптація	О. Мокровольський (роман)	З. Бобир	–
	Вікова адаптація	О. Мокровольський (роман)	Л. Яхнін	–

Таблиця 2

Масштаби одомашнення у відтворенні онімів і реалій в українських перекладах роману Дж. Р.Р. Толкіна «The Lord of the Rings»

Характер онімів і реалій (у дужках – кількість усіх онімів і реалій)	Відсоток одомашнення (кількість усіх застосованих способів відтворення онімів і реалій)			
	О. Мокровольський	А. Немірова	О. Фешовець	К. Онішук
Оними та реалії, що походять із сучасної англійської мови (185)	94,0% (285)	93,8% (388)	93,5% (246)	92,0% (237)
Оними та реалії, що походять зі штучних мов Середзем'я (133)	55,4% (204)	51,5% (235)	44,7% (199)	43,6% (188)
Усі оними та реалії (318)	77,9% (489)	77,8% (623)	71,7% (445)	70,6% (425)

[11, т. 2, с. 118] – на відому назву *безсмертник* [15, т. 2, с. 88; 16, т. 2, с. 96; 17, с. 475]). За цих умов текст значною мірою втрачає свою національну та культурну ідентичність. Наприклад, назву військового загону *éored* [11, т. 2, с. 29], пов'язану зі староанглійською мовою, О. Фешовець відтворює національно забарвленою історичною реалією *дружина* [17, с. 409], а А. Немірова – сучаснішим терміном *ескадрон* [16, т. 2, с. 91]. Зазначимо, що органічний недолік лінгвокультурної адаптації – це труднощі її всеосяжного та послідовного втілення, яке означало би докорінне переосмислення оригіналу. Водночас за умов неповної адаптації адаптовані культурні сегменти вступають у конфлікт з неадаптованими, а також зі змістом і підтекстом твору загалом, породжуючи явище, назване О. Третьяковою «стилістичним дискомфортом» [21].

Утіленням лінгвокультурної адаптації оригіналу О. Третьякова [8] вважає, зокрема, російські переклади роману «The Lord of the Rings» за авторством А. Немірової, а також Н. Григор'євої та В. Грушецького. На нашу думку, сюди ж слід віднести переклад роману А. Кістяковського і В. Муравйова, а також переклади повісті «The Hobbit» Н. Рахманової і К. Корольова (див. оцінки в іншій роботі О. Третьякової [21]). Конкретні приклади адаптації – це несумісність з авторським стилем і анахронізм в контексті твору жаргонна та лайлива лексика в А. Кістяковського і В. Муравйова (див. працю Н. Семенової [22]), а також недоречна для злих істот-гоблінів, яких важко уявити слов'янами, російська народна пісня «Гори-гори ясно!» у К. Корольова. Серед польських перекладів лише переклад роману Є. Лозінського має деякі ознаки лінгвокультурної адаптації (див., наприклад, аналіз А. Сильвановіч [23]). Як ілюстрацію, зіставимо кілька онімних пар М. Скібневської та Є. Лозінського: *Minas Tirith – Minas Tirith, Minas Tirit, Samwise – Samwise, Pólmędrek; Shelob – Szeloba, Pajęczycza; Underhill – Underhill, Podgórný*. Корисні й порівняння з відповідними рішеннями українських перекладачів, наприклад *Samwise* [11, т. 1, с. 15] – *Семвайз* [17, с. 22; 18, т. 1, с. 29], *Семвайз* [16, т. 1, с. 21]; *Shelob* [11, т. 2, с. 368] – *Шелоба* [16, т. 2, с. 296; 17, с. 669], *Павучиха* [18, т. 2, с. 520].

Чутливим індикатором лінгвокультурної адаптації в перекладі є відносні масштаби одомашнення авторської лексики (докладніше див. методика [24]). Тому для докладнішого з'ясування позицій українських перекладів на шкалі адаптації було додатково проаналізовано частоти застосування прийомів очуження та одомашнення у відтворенні авторських онімів і реалій, описаних у вказівках Дж. Р.Р. Толкіна для перекладачів [25]. Тут було окремо розглянуто лексику, пов'язану із сучасною англійською та штучними «мовами» автора. Оскільки способи одомашнення переважають у всіх українських перекладах роману (див. таблицю 2), ці переклади слід віднести до адаптивної стратегії. Додаткове залучення даних для способів відтворення онімів і реалій у перекладах повісті «The Hobbit» засвідчує, що масштаби адаптації для українських перекладів Дж. Р.Р. Толкіна зростають відповідно до такої послідовності: К. Онішук, О. Фешовець [17], А. Немірова [16], Олена О'Лір [14], О. Мокровольський [13; 15]. Нарешті, згідно з аналізом [26], позиції українського та російського перекладів роману А. Немірової на шкалі доместикації є близькими, що дає змогу безпосередньо зіставляти рівні лінгвокультурної адаптації в українських і російських перекладах.

На думку О. Третьякової [8], класичними прикладами жанрової адаптації є російські переклади З. Бобир, у яких повість

«The Hobbit» і роман «The Lord of the Rings» Дж. Р.Р. Толкіна стали відповідно літературною казкою та науково-фантастичним романом, зі значними скороченнями та змінами сюжету. Причиною цього була радянська цензура [22]. Аналіз українських перекладів творів Дж. Р.Р. Толкіна показує, що іншим прикладом жанрової адаптації є переклад роману О. Мокровольським [15], який набув рис літературної казки. Істотну переробку лінгвопоетичного тла оригіналу у цьому перекладі засвідчують, наприклад, значні скорочення або вилучення віршів, а також часті випадки нульового перекладу авторських okazionalizmів (*pipe-weed* [11, т. 1, с. 9] – Ø [15, т. 1, с. 14], *the Blessed Realm* [11, т. 1, с. 249] – Ø [15, т. 1, с. 239], *the Woses, the Wild men of the Wood* [11, т. 3, с. 102] – Ø [15, т. 3, с. 86] тощо).

Серед прикладів вікової адаптації, яка часто пов'язана із жанровим типом адаптації, О. Третьякова наводить російський переказ роману Л. Яхніна. До цієї категорії віднесемо й український переклад роману О. Мокровольського [15]. Часткову вікову адаптацію спостерігаємо і в перекладі повісті О. Мокровольського [13] (див. також аргументацію О. Кіфенко [27]). Вікове адаптування тексту передбачає такі основні трансформації: 1) відмову перекладача від відтворення національної специфіки оригіналу (наприклад, колоритний авторський okazionalizm *mathom* [11, т. 1, с. 6] на позначення сховища дрібничок замінено на суто українське *гамуз* [15, т. 1, с. 15] – від значення *на гамуз – на дрібні шматочки*); 2) виключення всіх перекладацьких лакун та імплікатів (наприклад, міру довжини *yard* [12, с. 85] не відтворено, але компенсовано фразою *рукою дістати* [13, с. 89]); 3) уведення експліцитних оцінок дій і персонажів (назву злих істот *goblin* [11, т. 1, с. 124] відтворено як *гублін* [15, т. 1, с. 139] – від слів *згуба, губити*); 4) заміну номінативних онімів на промовисті (*Gollum* [12, с. 71] – *Гам-гам* [13, с. 75] – порівн. із *Голлум* [14, с. 99]; *Sam* [11, т. 1, с. 22] – *Щиросерд* [15, т. 1, с. 32], *Щир* [15, т. 1, с. 35] – порівн. із *Сем* [16, т. 1, с. 28; 18, т. 1, с. 40; 17, с. 30]); 5) використання спрощеної, розмовної лексики (наприклад, назви мечів *Biter* [12, с. 64] і *Beater* [12, с. 65] відтворено як *Кусь* [13, с. 67] і *Гризь* [13, с. 69] – порівн. із *Кусач* [14, с. 89–90] і *Сікач* [14, с. 91]; прізвище *Oldbuck* [11, т. 1, с. 11] подано як *Сивозай* [15, т. 1, с. 20], *Празай* [15, т. 1, с. 129], де асоціації відповідників побудовано на порівнянні гобітів із зайцями, які живуть у підземних домівках і виритих тунелях); 6) спрощення синтаксису оригіналу.

На додаток до транзитивної та адаптивної стратегій відтворення експліцитної складової творів Дж. Р.Р. Толкіна О. Третьякова окремо розглядає ще т. зв. «альтернативну» стратегію. Проте з позицій перекладознавства ця стратегія навряд чи має самостійне значення. На відміну від адаптації у вузькому розумінні, яка найперше *ігнорує* відтворення імплікатів оригіналу в перекладі, «альтернативна» стратегія *привносить* у переклад систему нових імплікатів, не передбачених автором. Отже, цю стратегію фактично можна звести до стратегії адаптації, якщо лише останню розуміти достатньо загальною. З іншого боку, хоча твердження О. Третьякової [8] про політизацію російського перекладу роману Дж. Р.Р. Толкіна за авторством А. Кістяковського і В. Муравйова полемічне, важко не погодитися з її думкою про виразну тенденцію до «християнізації» іншого російського перекладу М. Каменкович і В. Карріка.

Розглядаючи важливі для перекладознавства питання розстановки різних російських перекладів Дж. Р.Р. Толкіна на шкалі між очуженням (екзотизацією або «форенізацією») та одомашненням (засвоєнням або доместикацією), О. Третьякова [8]

виділяє два чинники – культурну та часову (історичну) орієнтацію. Якщо чинник мовно-культурної орієнтації не потребує пояснень, то введення історичного фактора в аналіз перекладів Дж. Р.Р. Толкіна вважаємо дуже корисним, оскільки це дає змогу розглянути відтворення в перекладі духу старовини (або сучасності) оригіналу як незалежне питання.

На думку О. Третьякової [8], російські перекладачі по-різному досягали архаїзації перекладу (фактично, очуження в часовому плані): М. Каменкович і В. Каррік переважно обмежувалися засобами архаїзації вихідної мови, що іноді приводило до появи «темних імплікатів»; А. Кістяковський і В. Муравйов застосовували засоби архаїзації в рамках російської мови, які одночасно сприяють культурній адаптації. Отже, останній переклад є одомашненим у плані культури, проте очуженим у часовому плані. Нарешті, серед російських перекладів часова доместикація (осучаснення або модернізація) притаманна уже згаданому перекладові роману З. Бобир.

За даними аналізу повісті «The Hobbit», корпус оригінальних онімів і реалій, що охоплює 250 моно- і полілексичних одиниць, фактично не містить застарілих лексичних елементів. Отже, варіант осучаснення в перекладах повісті неможливий, принаймні у важливому аспекті відтворення авторської лексики. В українських перекладах не спостерігаємо й помітної архаїзації: О. Мокровольський і Олена О'Лір лічені рази використовують застарілі слова, які в прикладах виділені шрифтом: *the Green Dragon Inn* [12, с. 29] – **харчівня** «Зелений Дракон» [13, с. 33], «*There and Back Again, a Hobbit's Holiday*» [12, с. 304] – «*Туди і Звідти. Вакації гобіта*» [14, с. 376]. Натомість в українських перекладах роману «The Lord of the Rings» помічаємо тенденцію до осучаснення. Хоча значна частка оригінальної авторської лексики (за нашими даними, понад 100 одиниць) архаїзована та пов'язана зі староанглійською та іншими давніми мовами, у перекладацьких відповідниках натрапляємо лише на 15 випадків використання застарілих елементів в О. Мокровольського і А. Немірової (*Goldilocks* [11, т. 3, с. 338] – **Злотовлас** [15, т. 3, с. 266], *Postmaster* [11, т. 1, с. 11] – **Головний Поштомейстер** [16, т. 1, с. 19]), 13 таких випадків в О. Фешовець (*Fairbairns* [11, т. 1, с. 16] – **Доброброду** [17, с. 23]) і 23 випадки в К. Онішук (*the Quest of Mount Doom* [11, т. 1, с. 315] – **Виправа до Судної Гори** [18, т. 1, с. 477]). Хоча ці питання в літературі досі не вивчено, висловимо припущення про якісно схожі тенденції до осучаснення авторської лексики в російських перекладах роману Дж. Р.Р. Толкіна.

Висновки. У цій праці з'ясовано основні імпліцитні компоненти змісту творів Дж. Р.Р. Толкіна та досліджено стратегії їхнього відтворення в перекладі у рамках підходу, запропонованого О. Третьяковою [8]. Хоча цей підхід не охоплює всіх аспектів перекладацьких стратегій, він дає змогу розставити українські переклади на шкалі «екзотизація–адаптація», виходячи з кількісних даних для способів відтворення численної авторської лексики як чутливого індикатора поведінки перекладача з імпліцитним у першотворі. Виокремлено дві основні стратегії – транзитивну та адаптивну, а також показано, що т. зв. «альтернативна» стратегія О. Третьякової насправді зводиться до адаптивної у разі досить загального розуміння останньої. Обговорено основні ознаки застосування в перекладі транзитивної стратегії та типових адаптивних стратегій, а також проілюстровано їх на прикладі українських перекладів Дж. Р.Р. Толкіна.

Встановлено, що всі українські переклади роману «The Lord of the Rings» і повісті «The Hobbit» Дж. Р.Р. Толкіна ви-

являють риси лінгвокультурної адаптації. Зіставлення українських, російських і польських перекладів творів Дж. Р.Р. Толкіна засвідчує, що масштаби адаптації в українських і російських перекладах якісно подібні, а польські перекладачі надають перевагу транзитивній стратегії. Проаналізовано випадки жанрової та вікової адаптації в українських перекладах. Звернуто увагу на застосування українськими перекладачами стратегій екзотизації або адаптації у відображенні часової (історичної) складової першотворів, тобто підходів архаїзації або осучаснення. Подальші дослідження будуть зосереджені на вивченні стратегій відтворення мовно-культурного різноманіття творів Дж. Р.Р. Толкіна в українських перекладах.

Література:

1. Андриенко Т.П. Стратегии перевода в системе переводческой деятельности / Т.П. Андриенко // Науков. вісн. Міжнар. гуманітарн. ун-ту. Сер.: Філологія. – 2014. – № 9. – С. 156–158.
2. Лядова Н.А. Переводческие стратегии: скопос текста оригинала vs скопос текста перевода / Лядова Н.А., Кушнина Л.В. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 4(46), Ч. 1. – С. 110–113.
3. Петрова О.В. Переводческие стратегии и критерии оценки адекватности перевода / О.В. Петрова // Известия ВГПУ. Гуманитарные науки. – 2013. – № 2 (261). – С. 199–203.
4. Божко Е.М. Анализ приемов передачи квазиреалий в переводе на русский язык романа Джона Р.Р. Толкина «Властелин Колец», выполненном А.А. Грузберг / Е.М. Божко // Вестн. Челябинского гос. пед. ун-та. – 2010. – №1. – С. 238–248.
5. Ребрій О.В. Сучасні концепції творчості у перекладі / О.В. Ребрій. – Х. : Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2012. – 376 с.
6. Стасюк Б. Семантичні проблеми перекладу (на матеріалі перекладів роману Дж. Р. Р. Толкіна «Володар Перснів» українською мовою) / Б. Стасюк // Наукові записки. Серія: філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – 2006. – Вип. 67. – С. 201–206.
7. Тихомирова О.В. Концептуальні проблеми перекладу творів Джона Толкіна / О.В. Тихомирова // Вісн. Київського лінгв. ун-ту, Серія Філологія. – 2001. – Т. 4, № 1. – С. 232–238.
8. Третьякова Е.А. Фольклорно-мифологический импликационал художественного текста как проблема перевода (на материале произведений Дж. Р.Р. Толкина) / Е.А. Третьякова // Матер. VI Междунар. научн. конф. по переводоведению «Федоровские чтения». – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2004. – С. 431–436.
9. Фадеева О.В. Відтворення толкінізмів у перекладацькій практиці / О.В. Фадеева // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія №9. Сучасні тенденції розвитку мов. – Вип. 1. – К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2006. – С. 337–342.
10. Кияк Т.Р. Перекладознавство (німецько-український напрям) / Т.Р. Кияк, А.М. Науменко, О.Д. Огуй. – К. : Київський університет, 2009. – 544 с.
11. Tolkien J. R.R. The Lord of the Rings. Parts 1–3 / J. R.R. Tolkien. – N. Y. : Ballantine Books, 2006. – Part 1: 462 p.; Part 2: 402 p.; Part 3: 494 p.
12. Tolkien J. R.R. The Hobbit, or There and Back Again / J. R.R. Tolkien. – N. Y. : The Random House Publishing Group, 2006. – 306 p.
13. Толкієн Дж. Р.Р. Гобіт, або Мандрівка за Імлисті гори / Дж. Р.Р. Толкієн. [пер. з англ. О. Мокровольського]. – К. : Школа, 2002. – 352 с.
14. Толкін Дж. Р.Р. Гобіт, або Туди і звідти / Дж. Р.Р. Толкін. [пер. з англ. Олени О'Лір]. – Львів : Астролябія, 2007. – 320 с.
15. Толкін Дж. Р.Р. Володар Перснів. У 3-х ч. / Дж. Р.Р. Толкін. [пер. з англ. О. Мокровольського]. – К. : Школа, 2002. – Ч. 1: 398 с.; Ч. 2: 271 с.; Ч. 3: 270 с.
16. Толкієн Дж. Р.Р. Володар Перснів. Трилогія. Кн. 1–3 / Дж. Р.Р. Толкієн. [пер. з англ. А.В. Немірової]. – Харків : Фоліо, 2003. – Кн. 1: 429 с.; Кн. 2: 319 с.; Кн. 3: 398 с.

17. Толкін Дж. Р.Р. Володар Перстенів / Дж. Р.Р. Толкін. [пер. з англ. О. Фешовець]. – Львів : Астролябія, 2006. – 1088 с.
18. Толкін Дж. Р.Р. Володар Перснів. У 3-х ч. / Дж. Р.Р. Толкін. [пер. з англ. К. Оніщук]. – Львів : Астролябія, 2013. – Ч. 1: 704 с.; Ч. 2: 576 с.; Ч. 3: 704 с.
19. Лысенкова Е.Л. Поэзия и проза Р.М. Рильке в русских переводах (исторические, стилистико-сопоставительные и переводоведческие аспекты) : автореф. дисс. докт. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Е.Л. Лысенкова. – Магадан, 2006. – 39 с.
20. Tolkien J. R.R. Władca Pierścieni. T. 1–3. Wyd. II / J. R.R. Tolkien. Przeł. M. Skibniewska. – Warszawa : Czytelnik, 1981. – Т. 1: 548 s.; Т. 2: 452 s.; Т. 3: 527 s.
21. Третьякова Е.А. О некоторых проблемах перевода произведений Дж. Толкина с точки зрения дискомфортной стилистики / Третьякова Е.А. // Палантир. – 2008. – № 3–4. – С. 114–118.
22. Семенова Н.Г. Пять переводов «Властелина Колец» Дж. Р.Р. Толкина / Н.Г. Семенова // Альманах переводчика / Сост. Н.М. Демурова, Л.И. Володарская; отв. ред. М.Л. Гаспаров. – М. : РГГУ, 2001. – С. 159–198.
23. Sylwanowicz A. Nowy przekład Władcy Pierścieni [Електронний ресурс] / A. Sylwanowicz. – Режим доступу : <http://parnadili.skf.org.pl/jrrtolkien/nprzeklad.htm>
24. Кушнір Л. Способи відтворення онімів і реалій в українських перекладах роману Дж. Р.Р. Толкіна «Володар Перснів» / Л. Кушнір // Іноземна філологія. – Львів : Вид-во ЛНУ імені Івана Франка. – 2015. – Вип. 128. – 310 с. – С. 113–123.
25. Tolkien J. R.R. Guide to the Names in The Lord of the Rings [Електронний ресурс] / J. R.R. Tolkien. Ed. by C. Tolkien. – 27 p. – Режим доступу : <http://ce.sharif.edu/~safarnejad/files/books/jrr6.pdf>
26. Кушнір Л. Зіставний аналіз мовно-змістових деформацій в українському та російському перекладах роману Дж. Р.Р. Толкіна «The Lord of the Rings» за авторством А. Немірової / Л. Кушнір // Науков. вісн. Східноєвропейського нац. ун-ту ім. Л. Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство. – 2014. – № 4 (281). – С. 210–216.
27. Кіфенко О. Особливості перекладу інтерактивних елементів тексту в англійській літературній казці (на матеріалі роману Дж. Р.Р. Толкіна «The Hobbit, or There and Back Again» і його українських перекладів) / О. Кіфенко // Наукові записки. Серія: філологічні науки (мовознавство). Вип. 95 (1). У 2 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – 584 с. – С. 510–514.

Кушнір Л. О. Стратегії воспроизведення імпліцитного содержания сочинень Дж. Р.Р. Толкіна в українських перекладах

Анотація. Проаналізовані стратегії воспроизведення імпліцитного содержания роману «The Lord of the Rings» і повісті «The Hobbit» Дж. Р.Р. Толкіна і масштаби лінгвокультурної адаптації в українських перекладах. Сделано сравнение с русскими и польскими переводами.

Ключевые слова: художественный перевод, імпліцитне содержание, лінгвокультурна адаптація, фентези, Дж. Р. Р. Толкін.

Kushnir L. Strategies of reproduction of the implicit contents of J. R.R. Tolkien's literary works in Ukrainian translations

Summary. The strategies used when reproducing the implicit contents of J. R. R. Tolkien's novels «The Lord of the Rings» and «The Hobbit» and the corresponding scales of linguo-cultural adaptation in the Ukrainian translations are analyzed. A comparison is made with the Russian and Polish translations.

Key words: literary translation, implicit contents, linguo-cultural adaptation, fantasy, J. R.R. Tolkien.

Макаренко Ю. Г.,*кандидат філологічних наук,
доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики
Черкаського державного технологічного університету***Советна А. В.,***кандидат філологічних наук,
доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики
Черкаського державного технологічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ РЕАЛІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНІВ АГАТИ КРІСТІ

Анотація. У статті розглядається проблема дослідження культурно маркованої одиниці «реалія», підходи до її визначення, класифікації та аналіз особливостей перекладу реалій у романах Агати Крісті.

Ключові слова: реалія, перекладацькі трансформації, безеквівалентна лексика, транскрипція, гіпо-гіперонімічний переклад, уподібнення, калькування.

Постановка проблеми. Культура, традиції, побут будь-якого народу та його країни знаходять відображення у мові. Відповідно всі зміни, що відбуваються у суспільстві, мають відбиток у мові, що виявляється у певних лексемах, тобто реаліях. Питання відображення культури у мові завжди цікавили лінгвістів, а проблема перекладу культурно маркованих слів є актуальною проблемою перекладознавства. Тому питання про природу, типи реалій і способи їх перекладу залишається відкритим, оскільки роль слів-реалій у процесі міжкультурної комунікації є досить вагомою, що і становить актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У перекладознавчих працях термін «реалія» з'явився у 40-х роках ХХ століття. Його вперше вжив відомий мовознавець А. Федоров у роботі «Про художній переклад». Використовується він на позначення предметів чи явищ матеріальної культури, що не мають лексичних відповідників в інших мовах. Переклад реалій під різним кутом зору розглядали такі вчені, як Л.С. Бархударов [3], В.С. Виноградов [5], С.І. Влахов, С.П. Флорін [6], Р.П. Зорівчак [9], Я.І. Рецкер [13], А.А. Реформатський [13], Г.Д. Томахін [17], А.Д. Швейцер [19]. Зіставлення словникового складу будь-якої іноземної та рідної мови свідчить про те, що в іноземній мові поряд із мовними одиницями, що мають поодинокі або численні відповідності у мові перекладу, є такі лексичні та граматичні одиниці, для яких у мові перекладу не існує прямих відповідностей. А.Д. Швейцер пропонує називати одиниці іноземної мови, що не мають регулярних відповідностей у мові перекладу, безеквівалентними одиницями [19, с. 48].

Провідна українська лінгвістка у царині перекладу Р. Зорівчак у своїй праці «Реалія та переклад» називає реалії моно- і полілексемними одиницями, основне значення яких вміщує (у плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови сприймача [8, с. 58].

Проте серед численних варіантів класифікації реалій найдетальнішою вважається класифікація В.С. Виноградова, який поділяє реалії на побутові (назви житла, одягу, знарядь праці, грошових одиниць, національних свят), етнографічні і міфоло-

гічні (назви національних меншин, міфологічних істот), реалії природного світу (назви тварин, рослин, ландшафт, пейзаж), реалії державного устрою і суспільного життя (адміністративні одиниці, титули, військові звання), ономастичні (антропоніми і топоніми), асоціативні (символи, певні літературні і мовні алюзії) [5]. Спираючись на зазначену класифікацію, було виконано аналіз відтворення реалій при перекладі романів Агати Крісті.

Існує перелік підходів до перекладу безеквівалентної лексики, до якої належать реалії. Зокрема, Р.П. Зорівчак пропонує такі способи перекладу слів-реалій, як транскрипція (транслітерація), гіперонімічне перейменування, дескриптивна перифраза, комбінована реномінація, калькування, транспозиція на конотативному рівні, уподібнення, контекстуальне розтлумачення, ситуативний відповідник. Російський лінгвіст Л. Бархударов пропонує вважати транслітерацію, транскрипцію, калькування, описовий переклад, приблизний і трансформаційний переклади найбільш поширеними та вдалим для перекладу реалій. Інший російський дослідник В.С. Виноградов виокремлює п'ять способів перекладу реалій, які й було використано у пропонованому дослідженні, а саме транскрипцію (транслітерацію), гіпо-гіперонімічний переклад, 3) уподібнення, 4) перифрастичний переклад (описовий, дескриптивний, експлікативний), 5) калькування.

Мета статті полягає у визначенні особливостей відтворення побутових реалій при перекладі романів Агати Крісті, що зумовлює вирішення таких завдань, як аналіз підходів до визначення та класифікації реалій та дослідження особливостей перекладу реалій у романах Агати Крісті.

Виклад основного матеріалу. Агата Крісті ще за життя була визнана королевою детективу. Її детективні твори користуються всесвітнім визнанням і сьогодні. Як зазначала Н.П. Михальська, «Створені Крісті персонажі – детектив-професіонал Еркюль Пуаро і наділена дивовижною інтуїцією та спостережливістю Джейн Марпл із селища Сент-Мері-Мід – завоювали найбільшу популярність, зайнявши місце в одному ряду із такими героями, як Шерлок Холмс, створений творчою уявою англійця Конан Дойла, і Мегре з романів французького письменника Жоржа Сіменона» [12, с. 95]. Характерно, що А. Крісті виписує образи своїх персонажів у контексті самої дійсності, не створює для них фантастичної атмосфери, всі події у її романах відбуваються у контексті реального часу, у контексті сучасності.

Для відтворення повної яскравої картини сюжетів захоплюючих детективних історій Агати Крісті у своїй творчості вдається до використання слів-реалій. Більшість дослідників,

таких як Г. Анджапарідзе, І. Кочеткова, Н. Ільїна, М. Тугушова, одноставні в думці, що детективні романи Агати Крісті, які охоплюють половину століття, залишаються цікавими і корисними для тих, хто хотів би знайти в літературі відомості про побут, звички англійців, словом, хотів би познайомитися з особливостями повсякденного життя середнього класу Великобританії XX століття і нормами його поведінки.

У ході дослідження було виявлено, що реалії зустрічаються практично у кожному тексті романів «Н чи М?» «Розлучені навесні», «Таємниця семи циферблатів», «Година нуль» Агати Крісті. Було виявлено, що найчисленнішою групою реалій у творах А. Крісті «Н чи М?» «Розлучені навесні», «Таємниця семи циферблатів», «Година нуль» є група ономастичних реалій, що містить 207 лексем та реалій (загальні імена та прізвища: Tommy Beresford, Mrs Beresford, Tuppence, superintendent Battle, Deborah, Derek, Mr Carter, Grant, Lord Easthampton, Maureen, Farquhar, Mrs Perenna, Miss Meadows, Mrs O'Rourke; індивідуальні імена та прізвища: Hitler, Dr Livingstone, Casement, the reign of Richard the First, Dickens, Larry Cooper, Lord Caterham, Herr Eberhard, Mr Mosgorovsky; топоніми: London, Scotland, Leahampton, імена літературних героїв: a Dismal Desmond, the White Queen in "Alice", Little Jack Horner, Hansel or Gretel, Jael, Sisera, David and Goliath, Solomon, Wandering Minstrel, Blondel, Queen Berengaria; назви компаній, музеїв, театрів, палаців, ресторанів, магазинів, пляжів, аеропортів: St. Bridget's Hospital, Song Susie, 110 Sans Souci, at Quiller's, at Smith's, Punch, P. & O. boats, Bella Vista, the vast Victorian bulk of Edenholme, Karachi, Shirley Tower, Sea View); державно-адміністративного устрою та суспільного життя – 123 лексеми (адміністративні одиниці та державні установи: Foreign Office, Ministry of Requirements, the Ministry, a branch of the Ministry functioning in Scotland, Cabinet, First, суспільні організації, партії: the Fifth Column, the British Fascists, the Communists, the Peace Party, conscientious objectors, the I.R.A.; промислові та аграрні підприємства, торговельні заклади: the principal hotel, B.B.C.; військові та міліцейські підрозділи, звання, посади: Army, Navy, Air Force, a General, German agents, the Intelligence, Captain, the Admiralty, old Colonels, Major Bletchley, the Territorials, a Company Commander, the A.T.S., regiment, Fifth Corfeshires, local A.R.P. warden, Commander Haydock, officer, the police; посади, професії, титули, звання: Lord Easthampton, high up people, old ladies, the proprietress, a free-lance, a research chemist, an antique dealer, a tuppenny-halfpenny clerk, a good manager, the nun, the clergyman, nurse, a London business man, shopkeepers, superintendent); далі йде група побутових реалій, що налічує 90 лексем (житло, майно: the sitting room, private hotels, guest houses, Victorian villa, office, the lounge, the public call boxes, the dressing-table, gadget, a bungalow, одяг, аксесуари: a Balaclava helmet in khaki wool, pince-nez; їжа, напої: the sherry, the cooked ham, dinner, Irish stew, brandy, to supper, whisky, liqueurs, creme de menthe, marmalade, toast; види праці, заняття: business, a chemical research laboratory, Parashot business; грошові знаки, одиниці, міри: guinea, 2d, twenty pound in notes, a bank account, twenty yards; музичні інструменти, народні танці, пісні, виконавці, народні свята, ігри: golf clubs, the clubhouse, penny-in-the-slot machines, golf, bridge, rubber), етнографічні та міфологічні реалії, що складаються з 22 одиниць (етнічні та соціальні спільноти, їх представники: the Nazi, English, Irish, Red Indians, Indian, an Englishman, a Central European type, a Pole, Russkys, Prussian officer, a stupid

Britisher; божества, казкові істоти, легендарні місця: Troy, Buddha, the Buddha-like head, Tribes of Israel) та реалії зі світу природи (тварини, рослини: oranges; ландшафти, пейзажі: the esplanade, hilly bank, fertile valleys, ocean sandy beach, forest road, moorland) – 9 одиниць.

Отже, вище вказані реалії найчастіше перекладаються за допомогою транскрибування, гіпо-гіперонімічного перекладу, описового перекладу, уподібнення та калькування. Наведемо декілька прикладів: 1) транскрипція (транслітерація): Tommy Beresford – Томмі Борсфорд, Deborah – Дебора, Aberdeen – Абердін, St. Asaph's Road – Сент-Есефс-роуд, St. John's Wood – Сент-Джонс-Вуд, Lord Easthampton – Лорд Істхемптон, Farquhar – Фаркуар; 2) гіпо-гіперонімічний переклад: the clubhouse – Клуб, have a little brandy – вам потрібно зробити ковток чогось міцного, a dental surgeon – зубний лікар, Local Volunteer Defense Organizations – громадянська оборона, 3) перифрастичний (описовий) переклад: the Intelligence – секретна служба; Tommy paid 2d – Томмі заплатив два шилінга, A domestic post was found for her – її підшукали місце прислуги, 4) уподібнення: the sitting room – вітальня, a Dismal Desmond – Сумний П'єро, Navy – Флот, Air Force – авіація; I am a research chemist – Я – вчений, хімік; 5) калькування: German agents – німецькі агенти, the Fifth Column – п'ята колона, the Ladies' Room – дамська кімната, the Gas Company – газова компанія тощо.

Висновки. У ході дослідження виявлено, що перекладачі долають труднощі шляхом осмислення, виділення реалій на тлі всього тексту, розвитку їх змісту, вживання поряд із реалією її нейтральних синонімів чи родових понять у перекладі, збереження значень та колориту вказаних лексичних одиниць, не відступаючи від індивідуальності свого стилю перекладу. Це сприяє непорушності цілісності тексту оригіналу у мові перекладу

Література:

1. Михальская Н.П. Английский роман XX века. / Н.П. Михальская, Г.В. Аникин. – М. : Высшая школа, 1982. – 192 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М. : Советская Энциклопедия, 1966. – 607 с.
3. Бархударов Л.С. Язык и перевод: (Вопросы общей и частной теории перевода). – М., 1975.
4. Бурбак О.Ф. Реалія та способи визначення її лінгвістичного статусу // Інземна філологія, 1985. – С. 68–69.
5. Виноградов В.С. Введение в переводоведение: Общие и лексические вопросы. – М., 2001. – С. 37.
6. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе (реалии). // Мастерство перевода. – М., 1970. – 454 с.
7. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. – М. : Международные отношения, 1980. – 343 с.
8. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (на матеріалі англійських перекладів української прози), Львів: Вид-во при ЛНУ, 1989, – 216 с.
9. Зорівчак Р.П. Реалія в художньому мовленні; перекладознавчий аспект // Інземна філологія. – Львів., 1994. – С. 106–107.
10. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
11. Левицкая Т.Р., Фитерман А.М. Проблемы перевода. – М. : Международные отношения, 1976. – С. 148–150.
12. Михальская Н.П. Английский роман XX века. / Н.П. Михальская, Г.В. Аникин. – М. : Высшая школа, 1982. – 192 с.
13. Рецкер Я.М. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода. – М., 1974. – 216 с.
14. Реформатский А.А. Введение в языковедение / Под ред. В.А. Виноградова. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 536 с.

15. Собрание починений: Пер. с англ. / Агата Кристи. Пропавшая весной. – Т. 33: Романы и рассказы / [Сост. С. Кузьмин, пер. А. Гобузов]. – Мн.: ИООО «Книжный Дом», 1998. – 413 с.
16. Суперанская А.В. Принципы передачи безэквивалентной лексики // Великобритания, лингвострановедческий словарь. – М., 1978. – С. 468–476.
17. Томахин Г.Д. Прагматический аспект лексического фона слова // Филологические науки. – № 5, 1988. – С. 82–90.
18. Федоров А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1968. – 396 с.
19. Швейцер А.Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1988. – 215 с.
20. Agatha Christie. Towards Zero / Christie A. – U.S.: Dodd, Mead and Company (New York), 1944. – 224 pp.
21. Agatha Christie. N or M? / Christie A. – U.S.: Dodd Mead and Company (New York), 1941. – 289 pp.
22. Agatha Christie. The Seven Dials Mystery / Christie A. – U.S.: Bantam Books (New York), 1964. – 184 pp.
23. Agatha Christie. Absent in the Spring / Christie A. – London: William Collins & Sons, 1944. – 160 pp.

Макаренко Ю. Г., Советная А. В. Особенности передачи реалий при переводе романов Агаты Кристи

Аннотация. В статье рассматривается проблема исследования культурно маркированных единиц, которые называются реалиями, подходы к их изучению и определению, классификации, особенности перевода реалий в романах Агаты Кристи.

Ключевые слова: реалия, переводческие трансформации, безэквивалентная лексика, транскрипция, гипогиперонимический перевод, калькирование.

Makarenko I., Sovetna A. Peculiarities of realia translation in interpreting novels by Agatha Christie

Summary. The paper deals with the term realia, problems of its definition and classification, ways of interpreting realia in Agatha Christie's novels.

Key words: realia, translation transformations, transcription, calque translation, transliteration, description, culture-specific words.

Матюха Г. В.,*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та методики викладання англійської мови
Мелітопольського державного педагогічного
університету імені Богдана Хмельницького***Карпінська М. О.,***студентка філологічного факультету
Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*

ФУНКЦІОНАЛЬНІ СТИЛІ СУЧАСНОЇ МОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО СТИЛЮ

Анотація. У статті подано огляд функціональних стилів, проаналізовано особливості інтерпретації англійського газетного стилю, труднощі його перекладу.

Ключові слова: функціональний стиль, переклад, газетний стиль, інтерпретація.

Постановка проблеми. Функціональний стиль – це підсистема мови, що має індивідуальні особливості в тому, що стосується лексичних засобів, синтаксичних конструкцій і навіть фонетики. Виникнення й існування стилів пов'язано з умовами спілкування в різних сферах людського життя.

Стилі різняться не тільки за фактом, а й за частотою використання перерахованих вище елементів. Наприклад, деякі вирази можуть бути присутніми в розмовному стилі, але з меншою ймовірністю, ніж у науковому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що класифікація стилів – дуже складне завдання. Цією проблемою займалися А.В. Антонова, І.В. Арнольд, І.Р. Гальперін, І.В. Корунець, А.Д. Швейцер та ін. Звернемося до думки І.В. Арнольда та І.Р. Гальперіна. Так, І.Р. Гальперін розглядає функціональні стилі як властивості писемної мови, тим самим виключаючи розмовний стиль [1; с. 211].

Обидва вчених погоджуються, що кожний функціональний стиль можна розпізнати за однією або більшою кількістю стрижневих особливостей. При цьому І.Р. Гальперін більше уваги приділяє координації мовних засобів і стилістичних прийомів, у той час як І.В. Арнольд пов'язує риси кожного стилю з особливостями його використання у сфері спілкування [2; с. 45].

За І.Р. Гальперіном, функціональний стиль мови – це система взаємопов'язаних мовних засобів, що слугує певній меті в людському спілкуванні. Функціональний стиль варто розглядати як продукт конкретного завдання, поставленого автором послання.

Функціональні стилі присутні, головним чином, у літературному стандарті мови. Вони являють собою різні види абстрактного інваріанта і можуть відхилятися від нього або навіть суперечити йому.

Кожний функціональний стиль – це відносно стабільна система на конкретній стадії розвитку літературної мови, проте вона може зазнавати значних змін від періоду до періоду. Таким чином, функціональний стиль є історичною категорією.

Наприклад, у XVII ст. вважалося, що не всі слова можна використовувати в поезії і що існує окремий поетичний стиль. Пізніше, в XIX ст., романтизм відкинув норми поетичного стилю і ввів у поезію нову лексику.

Розвиток кожного стилю зумовлюється змінами норм стандартної англійської мови. Також великий вплив на це мають мінливі соціальні умови, науковий прогрес і розвиток культурного життя.

Кожний функціональний стиль характеризується особливим використанням мовних засобів і встановлює власні норми, які, проте, підкоряються інваріантам норми і не порушують загальної літературної норми. Письменники конкретного періоду літературної мови вносять великий внесок у розвиток системи норм цього періоду.

Варто зазначити, що дослідження мовних норм періоду багато в чому ґрунтуються саме на літературних роботах. Усвідомлений вибір стилю і спосіб поводження з вибраними елементами – головні особливості індивідуального стилю.

Метою статті є аналіз особливостей англійського публіцистичного стилю та визначення мовних та позамовних чинників, що впливають на перекладацькі вирішення.

Виклад основного матеріалу. Публіцистичний стиль став відокремленим мовним стилем у середині XVIII ст. На відміну від інших стилів, він має два усних різновиди: ораторський підстиль і підстиль радіо– і телевізійних дикторських текстів. Письмові підстили – це есе (філософські, літературні, моральні) і журналістські статті (політичні, соціальні, економічні).

Загальна мета публіцистичного стилю – впливати на громадську думку, переконати читача або слухача, що інтерпретація, надана автором, – єдино вірна, і спонукати його прийняти цю точку зору.

Публіцистичний стиль характеризується чіткою і логічною синтаксичною структурою із використанням сполучних слів і ретельною розбивкою на абзаци. Сила емоційного заклику досягається завдяки використанню емоційно забарвлених слів.

Стилістичні прийоми, як правило, традиційні, й індивідуальний елемент не надто очевидний. Для публіцистичного стилю також характерна лаконічність виразів, іноді це стає головною його особливістю.

Щодо газетного стилю, то поява перших англійських газет датується XVII ст. Першим із англійських періодичних видань вважається газета «WeeklyNews», що вийшла в травні 1622 року. Перші англійські газети були лише засобом поширення інформації, коментарі в них з'явилися пізніше.

Проте вже до середини XVIII ст. британські газети багато в чому нагадували сучасні та містили закордонні й місцеві новини, оголошення, рекламу, а також статті з коментарями.

Не всі матеріали, що є у пресі, належать до газетного стилю. До нього можуть належати тільки матеріали, що виконують функцію інформування читача і дають оцінку опублікованій інформації.

Англійський газетний стиль можна визначити як систему взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних і граматичних засобів, що сприймаються як окрема лінгвістична одиниця і служать тому, щоб інформувати й інструктувати читача. Інформація в англійській газеті передається за допомогою коротких новинних заміток, репортажів, статей, що носять інформативний характер, реклами та оголошень.

Газета прагне впливати на громадську думку в політичних та інших питаннях. Елементи оцінки можуть спостерігатися у відборі та способі подання новин, використанні специфічної лексики, вираженні сумнівів у фактах, синтаксичних конструкціях, що вказують на недостатню впевненість репортера у сказаному або його бажання уникнути відповідальності.

Основний засіб оцінки та інтерпретації – це газетна стаття, особливо редакційна. Редакційна стаття – це передова стаття, що характеризується суб'єктивною подачею фактів. Цим же зумовлений вибір мовних елементів, здебільшого емоційно забарвлених.

Газетний стиль має специфічні особливості лексики і характеризується використанням спеціальних політичних і економічних термінів (president, election); неполітичної лексики (nation, crisis, agreement, member); газетних кліше (pressing problem, danger of war, pillars of society); скорочень (NATO, EEC); неологізмів.

Сьогодні відбувається небачена активізація міжнародного спілкування. У єдиному політико-економічному контексті та інформаційному полі живуть і діють вже не тільки сусідні народи, а й представники різних країн, які живуть на віддалених континентах, які колись навіть і не підозрювали про існування один одного.

Разом із безпрецедентним зростанням міжнародного спілкування і постійним посиленням культурної взаємодії пропорційно зросла і потреба здійснення перекладу у процесі комунікації.

За останні роки відбулися істотні зміни, зумовлені екстралінгвістичними чинниками – глобальними змінами в політичному та економічному житті нашого суспільства, інтеграцією у світову спільноту. Публіцистика, яку називають літописом сучасності, оскільки вона звернена до злободенних проблем, близька до художньої літератури. Як і белетристика, публіцистика тематично невичерпна, її жанровий діапазон є величезним. Усі ці особливості зумовили своєрідність образної системи публіцистичного стилю, а також складність його передачі іншою мовою.

Для газетних статей характерна концентрична подача інформації, яка полегшує читачеві можливість вибрати в газеті те, що його цікавить. Заголовок дає найзагальнішу орієнтацію. При цьому дуже часто заголовки повідомляють основну думку газетної статті, але іноді інформативність заголовка зведена до мінімуму.

У газетних заголовках особливо широко використовуються жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю. Навіть якщо у самій статті будь-яка ситуація описується у більш стриманому стилі, заголовок часто носить більш розмовний характер.

Беручи до уваги все вищесказане, можна виокремити основні труднощі перекладу газетних заголовків: використання

деформованих фразеологізмів, стійких виразів, назв літературних творів, пісень тощо; використання таких стилістичних засобів, як гра слів; використання розмовних форм і жаргонізмів, зокрема професійних; використання скорочених прізвищ і прізвищ відомих політичних діячів.

З одного боку, все це відіграє важливу роль у залученні уваги читачів, але з іншого – створює певні труднощі для перекладача. Для того щоб полегшити собі роботу, перекладач повинен керуватися такими правилами [3; с. 98]: перекладач повинен постійно поповнювати свої знання в області фразеології мови, яка вивчається, в області культури цієї країни з метою більш повного і глибокого знайомства з реальністю; перекладачеві слід починати переклад заголовка після ознайомлення зі статтею, щоб полегшити розуміння змісту заголовка, якщо він не ясний.

Характерна особливість газетного стилю як англійської, так і української мови полягає у стилістичній різноплановості лексики. Поряд із книжковою лексикою тут широко використовуються розмовні слова і поєднання, сленг; поряд із термінологічною і професійною лексикою існує нейтральна, позбавлена будь-якого стилістичного забарвлення. Але потрібно обов'язково враховувати, що кількісний показник цих різностильових елементів у мові газети неоднаковий для української та англійської мов. Звідси випливає, що, переводячи на українську мову англійську газетну статтю, перекладач повинен керуватися нормами українського публіцистичного стилю. Таким чином, іноді перекладачеві потрібно замінювати одиниці одного стилістичного пласту на одиниці іншого, що характерні для цього жанру. Подібні зміни отримали назву стилістичної модифікації.

Для перекладу газетних статей з англійської мови на українську найбільш характерні такі стилістичні модифікації, як заміна наукового та розмовного функціонального забарвлення книжково-письмовим та нейтральним. При цьому важливу роль відіграють жанрові характеристики висловлювань [4; с. 112]. Під час зіставлення текстів оригіналів та перекладів газетних статей ми виявили, що під час перекладу на українську мову потрібно враховувати частоту вживання тих чи інших слів у рамках стилю газети.

Перекладачеві, який працює із пресою, потрібно добре орієнтуватися в лексиці. І якщо він перекладає з англійської мови на українську, то неодмінно повинен знати, які слова і словосполучення використовуються найчастіше під час перекладу тих чи інших обертів [5]. І навпаки, те ж саме потрібно враховувати під час перекладу з української мови на англійську. Це дає змогу не тільки полегшити роботу самого перекладача, але й адаптувати текст до мови, на яку робиться переклад.

Однією із найважливіших комунікативних функцій публіцистичного стилю є експресивна, пов'язана з передачею ставлення мовця до висловлення. У зв'язку із цим слід звернути увагу на адекватність перекладу. Адже, враховуючи всю необхідність передачі експресивної функції тексту оригіналу, перекладач повинен зіставляти реакції на початкове і кінцеве повідомлення [6; 48].

Зазвичай в процесі перекладу текст переадресовується іншомовному одержувачу з урахуванням його реакції, як інтелектуальної, так і емоційної. При цьому перекладач не завжди використовує під час перекладу такі ж стилістичні засоби, як і в оригіналі, оскільки для нього головну роль відіграє досягнення подібного експресивного ефекту.

Аналізуючи стилістичний бік англійських та українських газетних статей, ми виявили, що найчастішими є метафори.

Статті, об'єктом яких є політичні події, найбільш насичені метафорами. При цьому метафори нерідко пов'язані зі світом мистецтва (театру, музики) і спорту.

Автори політичних статей досить часто використовують уособлення, розповідаючи про взаємини різних країн як про особисті взаємини людей. Це не тільки надає особливого емоційного забарвлення, але й спрощує процес розуміння складних політичних відносин, у яких часом можуть розібратися тільки політичні експерти, політологи. Але варто пам'ятати, що все-таки аналітична політична стаття носить суб'єктивний характер, оскільки відображає передусім точку зору авторів статей.

Невід'ємною частиною газетної статті є епітети, що покликані не тільки відображати точку зору автора, а й впливати на формування думки читача. Епітети, які відразу впадають в очі, носять негативний характер. Варто зауважити, що епітети з негативною оцінкою зустрічаються набагато частіше.

Таким чином, стилістичними особливостями англійської публіцистики є концентрична подача інформації, велика кількість фразеологізмів (зокрема деформованих), застосування прийомів, заснованих на грі слів, широке охоплення багатозначної, полісемантичної лексики літературної мови за різними тематичними напрямками з величезним жанровим діапазоном, який містить різноманітні виразні засоби і стежки: від досить нейтральних наукових і технічних термінів до слів повсякденної розмовної мови.

Іноді публіцист може виходити за рамки літературної мови, використовуючи у своїй промові експресивні та яскраві жаргонізми і навіть вулгаризми, що становить досить велику складність для перекладача.

Висновки. Викладений у статті матеріал підтверджує трудності та багатогранність процесу перекладу, а також різноманітність мовних та позамовних чинників, що впливають на перекладацькі вирішення. Ці чинники інколи суперечать один одному, і врахування одного з них не завжди сумісне з повним урахуванням іншого. Однак відсутність строго регламентованих рішень привносить у перекладацьку діяльність елемент творчості.

Проведене дослідження показало, що під час перекладу англійської публіцистики виникає питання, чи потрібно передавати стилістичні особливості та своєрідність тексту, а якщо так, то якими засобами. Перекладач повинен вирішити, рівнятися йому на стиль україномовної преси чи на стиль оригіналу, чи взагалі знехтувати характеристиками тексту, що важко передаються.

Ми дійшли висновку, що однозначної відповіді або рішення не існує. У кожному конкретному випадку необхідний індивідуальний підхід до інтерпретації оригінального тексту, враховуючи, крім усього набору мовного інструментарію, й екстралінгвістичні чинники: сучасні реалії, історичне тло, систему цінностей та інші аспекти, що мають як загальні, так і розходж риси, які проявляються в процесі культурної взаємодії. Таким чином, доцільно брати до уваги призначення переказу, оскільки будь-які стилістичні засоби експресивні, тому що мають емоційне забарвлення, оціночну дію або судження, у більшості випадків лише загромождають текст зайвою інформацією і можуть бути передані в перекладі тільки у супроводі докладних приміток.

Література:

1. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 1981. – 459 с.
2. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сборник статей / Науч. редактор П.Е. Бухаркин. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – 444 с.
3. Антонова А.В. Средства выражения промиссивной интенции в английском языке: монография / Под редакцией А.В. Антоновой. – Оренбург, 2007. – 117 с.
4. Ксенофонтова А.Н. Теоретические и прикладные аспекты развития речевой деятельности: монография / А.Н. Ксенофонтова, Н.В. Еремина, В.В. Томин. – Оренбург: ОГУ, 2006. – 263 с.
5. Швейцер А.Д. Теория перевода / А.Д. Швейцер // [Электронный ресурс] // http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/shveiz-tr.html
6. Корунец І.В. Вступ до перекладознавства/ І.В. Корунець. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 512 с.
7. Lectures in Theoretical Grammar by ass. prof. L.M.Volkova, National Linguistic University of Kiev. – К., 2008. – 68 с.

Матюха Г. В., Карпинская М. А. Функциональные стили современного языка и особенности интерпретации англоязычного газетного стиля

Аннотация. В статье представлен обзор функциональных стилей, проанализированы особенности интерпретации англоязычного газетного стиля, трудности его перевода.

Ключевые слова: функциональный стиль, перевод, газетный стиль, интерпретация.

Matyukha G., Karpinska M. Functional styles of modern languages and features of the interpretation of the English newspaper style

Summary. This article provides an overview of functional styles, interpretation of the peculiarities of English newspaper style, the difficulties of interpretation of the style.

Key words: functional style, translation, newspaper style, interpretation.

Найда А. М.,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу
Дніпродзержинського державного технічного університетуДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДІВ СТІЙКИХ НАРОДНИХ
ПОРІВНЯНЬ ЯК ОСМИСЛЕНОГО ПРОЦЕСУ НАЦІОТВОРЕННЯ

Анотація. У статті пропонується аналіз перекладів стійких народних порівнянь на позначення зовнішності людини з російської мови українською, що дасть змогу дослідити способи їх вираження, роль у процесі націотворення, з'ясувати семантичні і структурні засади формування стійких народних порівнянь в українській та російській мовах.

Ключові слова: стійкі народні порівняння, процес націотворення, семантичні і структурні засади.

Постановка проблеми. На зламі тисячоліть, коли в суспільно-політичному житті відбувається переоцінка моральних, етичних цінностей, відроджується національна самосвідомість народу, стає зрозумілим підвищений інтерес до народної культури, зокрема з її суттєвої складової – фразеології, якій відведено чільне місце в сучасній культурній традиції. Багатство мови – це багатство її фразеології, тобто виразних і образних прислів'їв, зворотів, крилатих слів. Часто в таких словах і зворотах лежить цілий світ, ціла історична епоха – факти побуту, уявлень, що прийшли з вірувань наших предків, реальних подій далекого минулого. І такий фразеологічний фонд – неповторне явище кожної мови. «Добірна національна фразеологія, – зазначав І. Огієнко, – душа кожної мови, сильно її красить і збагачує» [1, с. 87]. Усе матеріальне життя, обряди, вірування, повір'я, забобони відклалися в стереотипах поведінки будь-якого народу й вербалізувались у численних фразеологізмах. Тому фразеологія привертає увагу мовознавців, істориків, етнографів, філософів. Національно-культурна специфіка фразеологізмів, до яких зараховуємо стійкі народні порівняння, залишається актуальним питанням сучасного мовознавства. Дослідники вважають, що треба розрізняти національну і культурну специфіку стійких мовних одиниць української та російської мов, бо національна специфіка виявляється тільки під час зіставлення мов. Загальновідомо, що переклад уможливує пряме, без посередників, спілкування української культури з іноземними й допомагає утверджувати ідею прямих культурних зв'язків між українцями й іноземцями, а тому й ідею культурної та політичної рівності українців з іншими європейськими народами. Переклад – надзвичайно різноманітна царина, щоразу своєрідне й унікальне творче диво, зумовлене двома чинниками – об'єктивним та суб'єктивним. Об'єктивний полягає в природній і культурній реальності, що властива одному народу і якої нема в житті іншого. Суб'єктивний чинник полягає в довільному виборі, коли слова, що відображають одну й ту саму реальність, неоднаково подані у фразеології різних мов. Культурну специфіку фразеологічних одиниць визначають її співвідношення з елементами матеріальної чи духовної культури суспільства, його історії, вірувань, звичаїв, природно-географічного положення народу. І. Ягер, зауважуючи, що фразеологізми роблять мовлення колоритним, підвищують його емоційне сприйняття, наголошує на тому, що

завдяки своїй образності й виразності, фразеологізми можуть багато розповісти в аспекті країнознавства [2, с. 160].

Аналіз останніх досліджень. Зацікавлення стійкими народними порівняннями спостерігається з часу їх виникнення та побутування. Дослідники здавна відзначали ці своєрідні структурні одиниці, відшукували специфічні риси та мотиви їх появи. З 1980-х років почався новий етап активного наукового зацікавлення компаративними фразеологізмами. Вони досліджувалися в граматичному, структурно-семантичному та стилістичному аспектах (Л. Авксент'єв, М. Алефіренко, А. Марахова, В. Мокієнко, І. Кузнецова, С. Муниця, Г. Добролюба, В. Огольцев, А. Івченко). Крім того, значну увагу приділяли вивченню фразеологічних компаративних одиниць у національних мовах, зокрема В. Вальчук, Л. Гогісванідзе, В. Христова, А. Аксамитов.

Мета статті. При осмисленні еволюції стійких народних порівнянь склалася думка про те, що засади формування української та російської компаративної фразеології найефективніше досліджувати з урахуванням особливостей семантики, системного характеру фразеотвірних процесів у межах стійких народних порівнянь. Звідси постає основна мета роботи – з'ясувати семантичні і структурні засади формування стійких народних порівнянь в українській та російській мовах.

Виклад основного матеріалу. Експресивність стійких народних порівнянь полягає в їх здатності виражати емоції й емоційно-суб'єктивну оцінку самою суттю фразеологізму як способу вираження індивідуально-узагальненої ознаки предмета. Вживання мовцем стійких народних порівнянь та близьких до них за семантикою приказок та прислів'їв допомагає знизити категоричність висловлювання, наприклад: *роби добро, бо добро є добром; благородна як свиня; здорова як горохова копичка; чиста як вода; змарнів як з хреста зняли; раз добром налите серце навек не прохолоне; від вогню, води і лихої жінки, бережи мене, Господи*. На нашу думку, позитивність, бажання добра це свідомо налагодженість людини на сприятливу звичність. Свідомість людини фіксує й залишає емоційний відгук на будь-які відхилення від установленого світогляду, які оцінюються за допомогою образних стійкими народним порівнянь як негативно, так і позитивно. Цей мовний матеріал найбільш тісно пов'язаний із духовною і матеріальною культурою народу. У його семантичній структурі зафіксовані тисячолітні традиції етносу, звичаї, обряди, міфологічні й релігійні уявлення, в яких відбиваються культурно-історичні духовні цінності й пріоритети. Без дослідження культурологічного компонента фразеологічного складу мови неможливо створити повне уявлення про культурно-національний менталітет, про «дух народу».

Національний образ зовнішності – сукупність уявлень і асоціацій, що склалися історично і тому є достатньо стійкими. Вони відображають пізнавальний, соціальний і культурний

досвід народу, включають також емоційний, прагматичний та естетичний аспекти його сприймання й оцінки. Національний образ зовнішності, як і сама зовнішність людини, є комунікативним у широкому розумінні поняття комунікації. Національна специфіка виявляється під час зіставлення мов. Вона зумовлена двома чинниками – об'єктивним та суб'єктивним. Об'єктивний полягає у природній і культурній реальності, що властива одному народу і якої нема в житті іншого. Суб'єктивний чинник полягає в довільному виборі, коли слова, що відображають одну й ту саму реальність, неоднаково подані у фразеології різних мов. Культурну специфіку фразеологічних одиниць визначають її співвідношення з елементами матеріальної чи духовної культури суспільства, його історії, вірувань, звичаїв, природно-географічного положення народу. Виділення загальних рис у фразеологічних одиницях двох мов полегшує розуміння культурно-мовної специфіки. Різниця в мовній картині світу, відсутність назв певних предметів і явищ, що існують в одній культурі і не мають аналогів в іншій, призводить до відмінностей у розумінні. Національні властивості семантики фразеологічних одиниць однієї мови можуть виявитися тільки у зіставленні фразеологічної одиниці з аналогами у рідній мові тих, хто говорить. Виділення загальних рис у фразеологізмах двох мов полегшує розуміння культурно-мовної специфіки. Серед ознак, які засвідчено на матеріалі словника І. Олійника. та М. Сидоренка, виділяємо такі опозиції:

Красивий / потворний

Зовнішній вигляд людини пов'язаний зі сприйняттям таких понять, як врода (краса, привабливість) і неврода (потворність, миршавість, бридкість). Дівчина дуже гарна (вродлива, ладна, брова, красна, цвітна, гожа, червона, хороша) сприймається українською національною свідомістю як щось недосяжне (як *сонце, зіронька на небі*) або пов'язане з тим прекрасним, що є у природі:

рос. *красивая как цветок весной (в поле, луге)* – укр. *гарна як квітка навесні (в полі, лузі)*;

рос. *как мак* – укр. *як маків цвіт*;

рос. *красива как роза* – укр. *гарна як троянда*;

рос. *как ягодка (лебедь, кукла)* – укр. *як ягідка (лебідка, лялька)*.

Дуже гарно одягнена дівчина:

рос. *как кукла* – укр. *як лялька (лялечка)*;

рос. *красива словно царица* – укр. *гарна мов цариця*.

Струнка дівчина:

рос. *как березка* – укр. *як берізка*.

Про вродливу дівчину, що живе у невідповідному оточенні, кажуть:

рос. *красуется словно цветок в болоте* – укр. *красується наче квітка на болоті*.

Народний образ досконалої краси пов'язаний із певними діями:

рос. *гожа как из воска вылита* – укр. *ладна як з воску вилита*;

рос. *красна как из камня выбит* – укр. *красна як з каменя вибита*;

рос. *красива словно нарисована* – укр. *гарна мов намальована*.

Хлопець гарний на вроду:

рос. *красив как огонь (искра)* – укр. *гарний як вогонь (іскра)*.
Гарно вбраний хлопець:

рос. *красивый как павлин* – укр. *гарний як павич*.

Невродливу, негарну людину порівнюють із неприємними природними чи надприродними об'єктами і створіннями. Наприклад, із деякими тваринами, птахами, плазунами:

рос. *красивая как овца сивая* – укр. *красива як вієця сива*;

рос. *красивый как пес базарный* – укр. *гарний як пес базарний*;

рос. *как мокрая курица* – укр. *як мокра курка*;

рос. *как гадина* – укр. *як гадюка*.

Здоровий / хворий

Символом сили, міцності, здоров'я, насамперед, є тварини:

рос. *сильный как медведь (слон, бык, вол)* – укр. *дужий як ведмідь (слон, бугай, віл)*;

рос. *здорова как корова* – укр. *здорова як корова*;

рос. *сильный как бык (лев)* – укр. *сильний як віл (лев)*;

рос. *крепкий как конь (медведь)* – укр. *міцний як кінь (ведмідь)*.

Міць людини, особливо чоловіка, порівнюють із деякими рослинами:

рос. *крепкий как дуб* – укр. *здоровий (міцний) як дуб*;

рос. *крепкий как пенек* – укр. *міцний як пеньок*.

Із могутньою водою, сильним морозом порівнювали міцну, дужу, здорову людину:

рос. *сильный как вода* – укр. *дужий як вода*;

рос. *сильный как мороз* – укр. *дужий як мороз*.

Колірна ознака:

У складі стійких народних порівнянь трапляються кольороназви: білий, *білий як коліно (папір, смерть, полотно, глина, стіна)*, *блідий (побілів) як стіна*, *біленька як нитка*, *біла як молоко (молоком улила)*, *поблід як полотно*; чорний: *чорний як циган (галка, крук, земля)*; сивий: *сивий як молоко (голуб, циганський король)*; (білий як (мов) іній (сніг, пух, лунь, крейда, сметана), *побілів як трава на морозі (молоко)* – про сиву людину); червоний: *червоний як кат* (про людину, вбрану в одяг червоного кольору), *(скраснів як іскра, спалахнув як вогонь, побілів як вільхова довбня – почервонів)*; жовтий: *жовтий як воцина, жовтенький як воцок*; рудий: *рябий як гороб'яче яйце, чорноброва як рижє теля*; синій: *синій (посинів) як той (кур'ячий) пуп, посинів як печінка (жаба)*; зелений: *позеленів як пуп*.

Висновки. Дослідивши стійкі народні порівняння на позначення зовнішності людини, можемо стверджувати, що їхня національно-культурна специфіка відображена по-різному:

1) комплексно, усіма своїми ідіоматичними значеннями (наприклад, використанням стійких мовних одиниць для позначення понять “красивий/потворний зовнішньо”);

2) одиницями свого складу (тобто до структури багатьох фразеологізмів входять лексеми, які потребують додаткового лінгвокраїнознавчого коментаря в іншомовній аудиторії, наприклад: *калина, журавель, макітра, постолі* тощо);

3) своїми прототипами (відображають звичаї, свята, деталі побуту українців).

Аналіз семантичних типів об'єктів порівнянь свідчить про надзвичайну різноманітність асоціацій і паралелей, які виникають в українського народу під час опису зовнішнього вигляду людини. Формування уявлень про зовнішність людини відбувається під впливом реалій навколишнього світу, характерних для певної території і культури.

Література:

1. Олійник І., Сидоренко М. Українсько-російський і російсько-український фразеологічний словник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Рад. шк., 1978. — 447 с.

2. Огієнко І. (Митрополит Іларіон). Історія української літературної мови / І. Огієнко. – К. : Наша культура і наука, 2001. – 440 с.
3. Ягер И. Лингвострановедческое комментирование культурного компонента русских фразеологизмов / И. Ягер // Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного: сборник научно-технических статей / под. ред. Е. Верещагина, В. Костомарова. – М., 1979.
4. Мокиенко В. Славянская фразеология /В. Мокиенко. – М. : Высш. шк., 1980. – 205 с.

Найда А. Н. Исследование переводов устойчивых народных сравнений как осмысленного процесса формирования нации

Аннотация. В статье предлагается анализ переводов устойчивых народных сравнений, обозначающих внешность человека, с русского языка на украинский, что позволит исследовать способы их выражения, роль в про-

цессе формирования нации, исследовать семантические и структурные принципы образования устойчивых народных сравнений.

Ключевые слова: устойчивые народные сравнения, процесс формирования нации, семантические и структурные принципы образования.

Naida A. Research of the set national comparisons translation as the meaningful process of nation building

Summary. The article contains analysis of persistent translation of people's comparisons to describe a person's appearance on the Russian language Ukrainian, which will help investigate ways of expression, role in nation-building, to determine the semantic and structural principles of forming stable folk comparisons in Ukrainian and Russian.

Key words: sustainable national comparison, nation-building process, semantic and structural principles.

Спічка А. Г.,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри германської та слов'янської філології
Донбаського державного педагогічного університету

ОВОЛОДІННЯ УМІННЯМИ ПЕРЕКЛАДУ ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОЇ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ СТУДЕНТАМИ МОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація. У статті розглянуто важливість й актуальність оволодіння студентами, майбутніми вчителями англійської, німецької мов уміннями перекладу країнознавчих текстів, адекватного розуміння лінгвокраїнознавчої лексики. Особливу увагу звернено на деякі способи семантизації та функціонально-стилістичного аналізу й перекладу безеквівалентної англо– і німецькомовної країнознавчої лексики. Наведено деякі приклади.

Ключові слова: переклад, лінгвокраїнознавча лексика, безеквівалентний вокабуляр, історичний екскурс, семантизація, візуальне сприйняття.

В умовах розширення нашої незалежною державою міжнародних контактів та її політико-економічної інтеграції у світову спільноту необхідною передумовою для професійного розвитку особистості вчителя іноземної мови, зокрема німецької, англійської мов, є оволодіння майбутніми вчителями уміннями перекладу країнознавчих текстів, адекватного розуміння лінгвокраїнознавчої лексики. Поняття «переклад» розглядається багатьма вченими-лінгвістами як один із найбільш суттєвих засобів спілкування між людьми. Так, на думку українських вчених Т.Р. Кияк, А.М. Наumenко, О.Д. Огуй, «...переклад – це, насамперед, міжтекстовий, інтерлінгвальний, інтеркультурний процес, оскільки між вихідним текстом та текстом перекладу існують культурно, історично, ментально обумовлені варіації» [2, с. 15]

Лінгвокраїнознавчий аспект у навчанні іноземної мови є одним із важливих напрямів наявної концепції підготовки вчителя взагалі й вчителя іноземної мови зокрема. Іноземна мова виступає як джерело культури відповідного народу. Через іноземну мову спеціаліст має можливість знайомитися з культурою країни, її традиціями, історією, сучасністю. «Через іноземну мову створюється ефективна основа для міжнародного та міжкультурного взаєморозуміння» [3, с. 3]

Інтенсивний розвиток інтеграційних процесів викликає необхідність, актуальність формування у майбутніх вчителів іноземних мов умінь перекладу лінгвокраїнознавчої лексики під час читання іншомовної країнознавчої літератури. Вивченню цього актуального питання присвячено багато наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, лінгвістів, методистів, до яких ми відносимо С.Ю. Ніколаєву, О.Б. Тарнопольського, В.Г. Костомарова, Е.М. Верещагіна, М. Byram, R. Spack, R. Stolze та багато інших. У наукових дослідженнях цих вчених відмічається, що розвиток мовних особливостей нерозривно пов'язаний з життям людини, суспільства, з рівнем розвитку науки, техніки, культури.

Із цього випливає, що адекватна участь у комунікації з носієм мови неможлива без знань екстра- та інтралінгвіс-

тичної інформації країнознавчого характеру. Недостатня поінформованість з приводу проблем сучасного життя другої країни викликає труднощі спілкування між людьми. Тому включення країнознавчого аспекту в процес навчання і викладання іноземної мови пояснюється зростаючою потребою поглиблення і постійного поповнення лінгвокраїнознавчого вокабуляру, оскільки він становить основу соціо-, етнологічних, культурологічних знань і вмінь. На основі розширення вокабуляру такого роду у студентів виробляється потреба самостійно удосконалювати мовне, стилістичне оформлення іншомовних висловлювань з метою реалізації принципу комунікативності.

Метою статті є розгляд окремих видів лінгвокраїнознавчої роботи у процесі навчання студентів іноземної мови, зокрема англійської, німецької мов, а саме: визначення форм введення країнознавчої інформації, окремих способів функціонально-стилістичної та семантичної організації безеквівалентної лексики лінгвокраїнознавчого змісту та особливості її перекладу.

Спочатку внесемо роз'яснення стосовно поняття «безеквівалентна лексика». Безеквівалентна лексика охоплює лексичні одиниці (слова та стійкі словосполучення) однієї з мов, які не мають повних або часткових еквівалентів серед лексичних одиниць другої мови. Російський вчений мовознавець Л.С. Бархударов виокремлює такі групи слів як безеквівалентну лексику: власні назви, географічні назви, назви газет, організацій, що не мають постійних відповідностей в лексиконі другої мови; так звані реалії, тобто слова, які означають різного роду предмети матеріальної та духовної культури, що є притаманними тільки одному народу. Відсутність відповідних еквівалентів однієї з мов може бути досягнуто завдяки культурно-історичному або соціальному роз'ясненню [1, с. 94].

Лінгвокраїнознавчий матеріал охоплює різноманітні сфери життя суспільства, широке коло понять. Ми ж зупинимось на аналізі вокабуляру, що стосується сфери освіти, історичного та культурного життя країн, мови яких вивчаються. У ролі джерел для відбору такого матеріалу служить оригінальний журнал «Deutschland», статистичний довідник «Tatsachen über Deutschland», навчальний посібник «Landeskunde», книга-альманах «Britain» та інші навчальні матеріали. Відібраний матеріал подається у відеофільмах, супроводжується різними засобами – схемами, картами, ілюстраціями, діафільмами.

Як показує практика, функціонально-стилістична та семантична закріпленість деяких груп лексики за відповідними галузями економіки, науки, техніки, освіти повинна бути

окремо виділена у процесі вивчення слів. Це пов'язано з тим, що країнознавчий матеріал, яким насичені ці галузі, включає в себе безеквівалентну лексику, слова, словосполучення, які не мають відповідників у словниковому складі рідної мови і викликають труднощі в розумінні її студентами. Із метою зняття таких труднощів у роботі студентів над лінгвокраїнознавчим матеріалом рекомендовано використовувати функціонально-стилістичну та семантичну організацію лексичних одиниць і на цій основі пропонувати студентам стилістичний та семантичний аналіз безеквівалентної лексики.

У ролі одного зі способів семантизації та функціонально-стилістичного аналізу безеквівалентної лексики нами використовується розгорнутий коментар, який допомагає розкрити деякі поняття країнознавчого характеру, що стосується суспільного життя країн, мови яких вивчаються. Використовуючи такий спосіб, наприклад, *Emergency Powers Act* коментується як закон про надзвичайний стан, який, діючи з 1920 р., дає уряду Великобританії право обмежувати свободи і громадянські права населення. Словосполученням *take over bid* називають ціну та супровідні умови, які передбачаються у разі придбання контрольного пакета акцій. Із цим засобом семантизації пояснюється поняття «*das Bundesausbildungsförderungsgesetz*», яке трапляється студентам під час роботи над темою «*Bildungswesen in Deutschland*». Такий закон є в Німеччині. Він обумовлює видачу позики на місяць особам, які навчаються у вищих навчальних закладах і батьки яких не можуть сплачувати за навчання. Після закінчення навчання ця сума позики відраховується із заробітної плати спеціаліста. Як бачимо, тлумачення такої лексики доповнюється описами-коментарями. Цим же способом семантизуються назви національних свят, традицій.

Під час розкриття значення реалій історичного і культурно-етнічного характеру, під час пояснення деяких прислів'їв і приказок використовується історичний екскурс. Так, фразеологічне сполучення у німецькій мові «*aus dem Stegreif*» – «імпровізовано», «без підготовки» – спочатку означало «не злязачи з коня». «*Sich aus dem Staube machen*» – «утекти» (під час лицарських турнірів на полі бою піднімався великий пил, і лицар, який злякався, міг втекти непомітно).

Додатком до історичного екскурсу семантизації безеквівалентної лексики може бути спосіб етимологічного аналізу. Так, розкриваючи значення слова «*Kurfürst*», студентам пояснюється значення першої частини слова «*Kur*», яке походить від дієслова «*kuren*». Це дієслово мало значення «обирати». До курфюрстів у Німеччині належали спочатку сім князів, яким надавалось право обирати короля.

Семантизації і стилістичній організації багатьох одиниць безеквівалентної лінгвокраїнознавчої лексики значною мірою допомагає візуальний спосіб.

Наочне сприйняття сприяє розвитку мотивації у процесі викладання іноземної мови. У ролі наочності, наприклад, під час розгляду теми «*Bildungswesen in Deutschland*» можна використовувати схему системи освіти за допомогою кодоскопа і пояснити значення слова «*Gesamtschule*» як відносно новий тип школи у Німеччині, де навчаються діти з різними здібностями в одній школі («загальна школа»). Таким же чином можна пояснити значення словосполучення «*comprehensive school in Great Britain*».

Прикладом візуального способу семантизації безеквівалентної лексики може служити вираз «*lollipop lady*», пере-

клад якого ніяк не зводиться до перекладу окремих одиниць, що його складають. Але зображення вуличного перехрестя та жінки в одязі дорожнього службовця зі знаком «*Stop. Children*», який за формою нагадує ледяник, полегшує розуміння цієї семантичної одиниці.

Подібні семантичні перенесення значень під час найменування різних об'єктів дійсності дуже поширене явище, а розуміння подібних семантичних одиниць можливе лише опосередковано, через візуальне сприйняття самого об'єкта.

Таким чином, у мовах постійно з'являються більш експресивні, виразні слова.

Рух слова може за сприятливих умов привести до розширення радіуса дії слова, тобто до збільшення функціонально-стилістичної сфери його регулярного використання, до збільшення обсягу його семантики, розвитку нових значень полісемії і омонімії і навпаки до звуження функціонально-стилістичного використання, до звуження значення, до втрати окремих значень.

Отже, у процесі викладання іноземної мови як на спеціальних факультетах, так і на неспеціальних семантизації і функціонально-стилістична організація безеквівалентної лексики лінгвокраїнознавчого спрямування, особливості її перекладу, адекватного розуміння семантики такої лексики повинно бути науково обґрунтовано і мати регулярний характер. Для самостійної роботи над такою лексикою студентам варто рекомендувати користуватися лінгвокраїнознавчими, тлумачними словниками, довідниками з країнознавства. Важливість і актуальність цієї проблеми зумовлюють необхідність подальшого дослідження особливостей перекладу іноземної лінгвокраїнознавчої лексики студентами та відбору цікавого для студентів лінгвокраїнознавчого матеріалу з метою формування у них освітньої автономії під час перекладу країнознавчої іноземної літератури.

Література:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов // Вопросы общей и частной теории перевода. – М.: Издательство «Международные отношения», 1975. – 236 с.
2. Кияк Т.Р. Теорія та практика перекладу (німецька мова): [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / Т.Р. Кияк, О.Д. Огуй, А.М. Науменко. – Вінниця: Нова Книга, 2006. – 592 с.
3. Ніколаєва С.Ю. Міжкультурна іншомовна освіта в Україні: ключові проблеми / С.Ю. Ніколаєва // Іноземні мови. – 2016. – № 2. – С. 3–9.
4. Byram M. Cultural Studies in Foreign Language Education / M. Byram // Clevedon: Multilingual Matters, 1989. – 360 p.
5. Stolze R. Übersetzungstheorien: eine Einführung / R. Stolze. – Tübingen: Narr, 2001. – 248 S.

Спичка А. Г. Овладение умениями перевода лингвострановедческой иноязычной лексики студентами языковых специальностей

Аннотация. В статье рассматривается важность и актуальность овладения студентами, будущими учителями английского, немецкого языков умениями перевода страноведческих текстов, адекватного понимания лингвострановедческой лексики. Особое внимание уделено на некоторые способы семантизации и функционально-стилистического анализа и перевода безэквивалентной англо- и немецкоязычной страноведческой лексики. Приводятся некоторые примеры.

Ключевые слова: перевод, лингвострановедческая лексика, безэквивалентный вокабуляр, исторический экскурс, семантизация, визуальное восприятие.

Spichka A. Mastering the skills by the students of language professions during the translation of linguo-country studies foreign vocabulary

Summary. The importance and topicality of mastering the skills in translation the linguo-country studies foreign vocabulary by the students, future teachers of foreign languages is considered in the article. Special attention has

been devoted to some ways of semantisation and functional-stylistic analysis, translation of nonequivalent English/German country studies vocabulary. Some examples are given.

Key words: translation, linguo-country studies vocabulary, nonequivalent vocabulary, visional comprehension, historical review.

Ткачук Т. І.,

доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ У СУЧАСНІЙ ТРАНСЛЯТОЛОГІЇ ЯК МЕХАНІЗМ АДЕКВАТНОЇ ПЕРЕДАЧІ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ

Анотація. У статті висвітлено поняття перекладацьких адаптивних стратегій та проаналізовано погляди вітчизняних і зарубіжних дослідників на причини їх використання у процесі перекладу. Адекватну трансляцію прагматики та культурної специфіки вихідного тексту та їх відбиття у цільовому тексті визначено як пріоритетні чинники, що спонукають перекладача до застосування адаптацій.

Ключові слова: перекладацькі адаптації, адаптивні стратегії, вихідний текст, цільовий текст, культурні реалії, культурно-специфічна лексика, соціокультурний контекст.

Постановка проблеми. Кожний перекладач у своїй професійній діяльності неминує стикається з тим, що наявні структурні та граматичні відмінності у будові мов перешкоджають створенню перекладу, що був би абсолютно ідентичним оригіналу. Сучасні перекладацькі студії пропонують звертатися до лінгвокультурних та прагматичних адаптацій як способів маніфестації семантико-структурних розбіжностей вихідного та цільового текстів, що неминує позначається й на обсязі текстів (Ф.С. Бацевич, В.В. Демецька, С.Г. Тер-Минасова, L. Bowker, C. Buesa-Gómez, M. Muñoz-Calvo, M. Cronin, D. Kenny, J. Pearson, M.A. Ruiz-Moneva).

Переклад розуміється як процес трансформації змісту мовного фрагменту (речення, абзацу, тексту) однієї мови в іншу [9, с. 21]. Головною вимогою до перекладу є адекватність, тобто точна передача форми та змісту оригіналу рівноцінними засобами. Адекватний переклад викликає у іншомовного отримувача реакцію, яка відповідає комунікативній установці відправника [4, с. 18].

Доцільність різноманітних перекладацьких трансформацій зумовлена необхідністю передачі в перекладі комунікативного значення вихідного тексту навіть всупереч асиметрії мовних та культурних систем, оскільки поняття перекладацької трансформації наразі стає чи не найуживанішим терміном сучасної транслятології, що активно досліджується теоретиками та практиками перекладу (Н.К. Грабовський, В.В. Демецька, Я.И. Рецкер, M. Baker, L. Bowker, M. Cronin, D. Kenny, D. Kenny, E.A. Nida, J. Pearson, G. Saldanha, C.R. Taber.).

Однак попри достатньо розлоге висвітлення перекладацьких трансформацій та відповідних перекладацьких адаптивних стратегій в роботах вітчизняних та зарубіжних дослідників вбачається доцільним все ж ампліфікувати причини та мотиви, що схилиють перекладача на користь застосування прагматичних та лінгвокультурних адаптацій в процесі перекладу, та експлікувати їх потенціал до трансляції соціокультурних та комунікативно-прагматичних нюансів тексту.

Метою статті є, по-перше, з'ясування текстових параметрів, що спонукають перекладача до комплементації репро-

дуктивного перекладу прагматичними та лінгвокультурними адаптаціями та трансформаціями, а по-друге, систематизація підходів до трактування перекладацьких адаптацій у сучасній транслятології.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зауважимо, що прагматична адаптація бачиться як зміни, що вносяться до тексту перекладу з метою індукувати необхідну реакцію у одержувача [2, с. 44]. Проте вбачається доцільним розглядати перекладацьку адаптацію як проміжну зону, що дає змогу шляхом використання адаптивних моделей прагматичних типів текстів пояснити необхідність застосування трансформацій, інтегруючи, відтак, теорію комунікації, прагмалінгвістику і теорію перекладу [3, с. 12]. Адаптивні перекладацькі моделі покликані розкрити причини трансформаційних змін під час здійснення трансляції тексту чи дискурсу з однієї мови та культури в іншу.

Адаптація – це тип перекладу з домінантною прагматичною настановою та орієнтацією на стереотипи очікування носіїв мови-реципієнта та його культури [7, с. 79]. Відмінність перекладу-адаптації від перекладу-репродукції, а також від вільного відтворення текстів за мотивами або інших різновидів інтертекстів полягає в тому, що переклад-адаптація передбачає зіставлення й перевірку текстом оригіналу за умов домінантної орієнтації на мовні й культурні пріоритети реципієнта. Адаптація переважно бачиться дослідниками як вид мовного посередництва, що є доконечною формою перетворень, допустимих у перекладі [4, с. 41]. Однак існує інший підхід, за якого адекватність перекладу прагматично зорієнтованого тексту можлива за умов його адаптації до лінгвокультурних стереотипів реципієнта. За такого бачення співвідношення репродуктивних та адаптивних стратегій в перекладі залежатиме від прагматичної заданості певного типу вихідного тексту або дискурсу. Відтак перекладацька адаптація не суперечить репродуктивному перекладу, а є комплементарною стратегією, що уможлиблює відтворення в цільовому тексті або дискурсі прагматичного потенціалу у процесі перекладу з урахуванням лінгвокультурних стереотипів носіїв мови та культурних реалій реципієнтів тексту або дискурсу [10, с. 96].

Ступінь близькості або ж віддаленості перекладу від вихідного тексту варіюється для різних типів адаптивних текстів, що зумовлено прагматичними проблемами перекладу, які охоплюють факти мовного та позамовного порядку. До таких фактів належать жанрово-стилістичні особливості текстів мов вихідного та цільового текстів, їх неоднакова прагматична цінність, функціональна роль мовного знака у повідомленні, власне прагматична установка самого перекладача [3, с. 58]. Окрім того, коло таких фактів охоплює національно-культурну специфіку носіїв мови оригіналу та реципієнтів перекладу, фо-

нові знання учасників комунікації, їхні соціально-психологічні характеристики. Необхідність прагматичних адаптацій постає через відмінності семантичних структур співвідносних слів у мовах, що залучені до процесу перекладу [8, с. 107].

Посеред іншого прагматична адаптація у перекладі є способом подолання мовних труднощів, які умовно можна поділити на «очевидні» і «приховані» [6, с. 93]. До очевидних мовних труднощів С. Тер-Мінасова відносить відмінності у граматичній будові мови та відмінності у фонетиці й орфографії, а до прихованих – значення одиниць, що зіставляються, їх стилістичні конотації, лексико-фразеологічну сполучуваність, а також феномен «неправдивих друзів перекладача» [6, с. 112]. Екстралінгвальні, соціокультурні труднощі, що охоплюють безеквівалентну лексику; соціокультурні конотації; соціокультурний контекст, що відповідає узусу мови перекладу, та переклад власних назв також становлять виклик для перекладача.

З огляду на мовні і культурні відмінності оригіналу й перекладу та необхідність своєрідної інсталяції оригіналу в чуже йому мовне і культурне середовище у процесі перекладу вихідний текст зазнає деформацій на рівні форми та на рівні змісту. Такі деформації є результатом імплементації певної перекладацької концепції, наявності якої у перекладача передбачає усвідомлення мети перекладу і вибір відповідно до цієї мети певної стратегії перекладу, що визначається характером перекладацьких втрат [2, с. 508].

Свідоме застосування перекладачем адаптивних стратегій передбачає, по-перше, використання переважно мовних і культурних моделей реципієнта, а по-друге – відтворення прагматичного потенціалу оригінального тексту в перекладі, що приведе до адекватної ідентифікації реципієнтом типу тексту та дискурсу в перекладі [4, с. 96]. Адаптація передбачає дві стратегії: адаптацію типу тексту та адаптацію інформації типу тексту. Застосування адаптації інформації в культурі перекладу пояснюється тим, що зміна інформації типу тексту та засобів її подання зумовлена лінгвокультурними розбіжностями вихідного тексту та тексту перекладу. Адаптація інформації передбачає пріоритетність інформації типу тексту, що відповідає не так власне перекладу, як авторській редакції [3, 240].

Ідентифікація тексту або дискурсу передбачає адекватність на структурно-композиційному та семантико-стилістичному рівнях, що практично означає розпізнавання тексту або дискурсу за умови обслуговування аналогічної функції вихідного тексту в культурі реципієнта адекватними структурними та семантичними засобами. Ступінь близькості чи віддаленості від тексту оригіналу може варіюватися для текстів, що проходять адаптацію, якщо домінантною є орієнтація на мовні й культурні переваги рецептора.

Адаптивний і прагматичний потенціал тексту пропорційні частотності функціонування культурно зумовлених мовних одиниць, до яких належать реалії, символи, лінгвоконцепти, та залежать від домінування прагматичної функції [7, с. 47].

У разі збільшення елементів певних слотів під час зсуву від одного типу тексту в інший у рамках одномовної комунікації пряме транспонування цих елементів в умовах двомовної комунікації може призвести до хибної атрибуції типу тексту ціловою аудиторією [4, с. 123]. Лінгвокультурологічні моделі прагматичних типів текстів слугують для виявлення відмінностей жанрових стереотипів аудиторій відправника і реципієнта, а також окреслюють межі застосування перекладацької адаптації.

Необхідність використання адаптивних перекладацьких моделей підтверджується й тим фактом, що прагматичний потенціал тексту неможливо відтворити засобами власне репродуктивного перекладу, про що свідчать аналіз оригіналів і перекладів [8, с. 29]. Саме тому збереження прагматичного потенціалу тексту в умовах іншокультури з домінантною орієнтацією на мовні та культурні стереотипи реципієнта залежить від відповідного рівня залучення як репродуктивних, так і адаптивних стратегій [3, с. 85].

Включення лексики зі специфічною й унікальною семантикою потребуватиме залучення перекладацьких коментарів, що неминуче призведе до збільшення обсягу і, відповідно, до «ускладнення» цільового тексту використанням адаптивних стратегій. У разі, коли перекладач вдається до елімінації культурно-специфічної лексики під час перекладу, це може призвести до нівелювання лінгвокультурної специфіки мови тексту оригіналу.

Пристаючи до перекладу, перекладач має встановити низку істотних моментів з метою адекватного відтворення прагматичного потенціалу оригіналу для досягнення поставленого завдання: справити бажаний ефект на реципієнта перекладеного тексту. По-перше, перекладач повинен усвідомити комунікативні інтенції творця тексту, продиктовані певними комунікативними потребами. По-друге, встановити домінантну функцію тексту, яка й визначає прагматичний вплив на реципієнта тексту. До прикладу, тексти суспільно-політичного характеру покликані справити враження та здійснити сугестивний вплив на публіку. По-третє, вагому роль відіграє комунікативна спрямованість цільового повідомлення при врахуванні прагматичних аспектів перекладу.

Варто зважати на той факт, що приналежність рецептора перекладу до іншої лінгвокультурної спільноти нерідко призводить до того, що еквівалентний переклад виявляється прагматично неадекватним. Значущим фактором адекватності перекладу за таких обставин виявляється наявність у перекладача вторинної лінгвістичної свідомості. У такому разі перекладач вдається до прагматичної адаптації перекладу, коригуючи текст необхідним чином.

Прагматична адаптація покликана забезпечити адекватне розуміння повідомлення рецепторами перекладу. Орієнтуючись на «усередненого» рецептора, перекладач мусить усвідомлювати, що цілком зрозуміле читачам оригіналу повідомлення може бути незрозумілим читачам перекладу внаслідок відсутності у них необхідних фонових знань [1, с. 184]. У цьому разі перекладач вводить у текст перекладу додаткову інформацію або ремарки, таким чином заповнюючи когнітивні лакуни та допомагаючи рецептору зрозуміти текст оригіналу.

Я. Рецкер виокремлює 7 лексичних трансформацій, таких як:

- 1) диференціація значення: перекладацька трансформація, за якої домінуючим стає контекстуальне значення слова;
- 2) конкретизація значення: лексична трансформація, внаслідок якої лексема ширшої семантики в оригіналі замінюється на лексему вузької семантики у перекладі;
- 3) генералізація: лексема з вузьким значенням у процесі перекладу замінюється на лексему з ширшим значенням;
- 4) смисловий розвиток: лексична трансформація, пов'язана з контекстуальною заміною, у результаті якої у перекладі вжито лексему, значення якої є лінгвістичним розвитком значення цієї лексеми в оригіналі;

5) антонімічний переклад: трансформація, за якої форма слова або словосполучення замінюється на протилежну, при цьому зміст залишається майже незмінним;

6) цілісна перебудова: різновид семантичного розвитку, коли трансформації зазнає усе речення;

7) компенсація втрат у процесі перекладу, що викликана потребами перекладу культурно-специфічної лексики та культурних реалій. Компенсація може носити семантичний або стилістичний характер: семантична покликана відтворити безеквівалентну лексику – реалії, тоді як стилістична компенсація має на меті викликати у читача цільового тексту ті ж емоційні реакції, що й у читача вихідного тексту [5, с. 48].

Висновки. З огляду на проведену розвідку підсумуємо, що перекладацькі адаптації покликані забезпечити адекватну трансляцію безеквівалентної лексики, культурно-специфічних реалій та соціокультурного контексту з урахуванням узусу мови перекладу. Перспективи подальших наукових розвідок вбачаються у детальній інвентаризації інструментарію прагматичних та лігвокультурних перекладацьких адаптацій з огляду на різні прагматичні типи текстів.

Література:

1. Бацевич Ф.С. Онови комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К.: «Академія», 2004. – 344 с.
2. Грабовський Н.К. Теория перевода / Н.К. Грабовський. – М.: Изд-во Московского университета, 2007. – 544 с.
3. Демецька В.В. Теорія адаптації: крос-культурні та перекладознавчі проблеми: Монографія / В.В. Демецька. – Херсон: МЧП «Норд», 2006. – 378 с.
4. Демецька В.В. Теорія адаптації в перекладі. : Дис... д-ра наук: 10.02.16 / Демецька В.В. – Таврійський національний ун-т ім. – К., 2008. – 508 с.
5. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода: 4-е издание / Рецкер Я.И.. – Валент, 2010. – 244 с.
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
7. Baker M., Saldanha G. Routledge Encyclopedia of Translation Studies / M. Baker, G. Saldanha. – Routledge, 2009. – 704 p.
8. Muñoz-Calvo M., Buesa-Gómez C., Ruiz-Moneva M.A. New Trends in Translation and Cultural Identity / M. Muñoz-Calvo, C. Buesa-Gómez, M.A. Ruiz-Moneva. – Cambridge Scholars Publishing, 2009. – 470 p.
9. Nida E.A., Taber C.R. The Theory and Practice of Translation / E.A. Nida, C.R. Taber. – BRILL, 2003. – 218 p.
10. Unity in Diversity: Current Trends in Translation Studies / L. Bowker, M. Cronin, D. Kenny, J. Pearson. – Routledge, 2016. – 208 c.

Ткачук Т. И. Переводческие адаптивные стратегии в современной транслятологии как механизм адекватной передачи коммуникативно-прагматического значения

Аннотация. В статье раскрыто понятие переводческих адаптивных стратегий и проанализированы взгляды отечественных и зарубежных ученых на причины их использования в процессе перевода; адекватная трансляция прагматики и культурной специфики исходного текста, а также их отражение в целевом тексте определены как приоритетные факторы, побуждающие переводчика к применению адаптации.

Ключевые слова: переводческие адаптации, адаптивные стратегии, исходный текст, целевой текст, культурные реалии, культурно-специфическая лексика, социокультурный контекст.

Tkachuk T. Adaptive strategies in modern translationology as the means of communicative and pragmatic meaning adequate rendering

Summary. The concept of translation adaptive strategies has been highlighted in the article; furthermore, the views of domestic and foreign researchers concerning the reasons for their use in translation have been analyzed; adequate rendering of pragmatics and culture-specific issues of the original text and their reflection in the target text has been identified as priority factor prompting the interpreter to use adaptations.

Key words: adaptation, translation, adaptation strategies, source text, target text, cultural realities, culture-specific language, socio-cultural context.

Шепель Ю. О.,

доктор філологічних наук, професор,

академік АНВО України,

професор кафедри перекладу та лінгвістичної підготовки іноземців
Дніпропетровського національного університету імені Олеся ГончараОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
З РОСІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

Анотація. Здійснено порівняльний аналіз зафіксованих фразеологізмів з аналогічними та ідентичними фразеологічними одиницями інших слов'янських мов, особливо російської, простежено частотність використання фразеологізмів у різних стилях української мови, визначено системні зв'язки на фразеологічному рівні.

Ключові слова: фразеологізм, системні зв'язки, фразеосемантична група, семантичний ряд, структурна модель, опорний компонент, історичний розвиток, етимологія, порівняльна характеристика, стиль.

Постановка проблеми. На сучасному етапі фразеологія – багатоаспектна галузь мовознавства, яка має значні досягнення в таких напрямках, як 1) семантика фразеологічних одиниць (Л. Авксент'єв, М. Алефіренко, Н. Бабич, Я. Баран, Л. Булаховський, О. Селіванова); 2) фразеологічна символіка в лінгвокультурологічному (О. Левченко) та когнітивному (О. Селіванова) аспектах; 3) історія, етимологія і становлення фразеологізмів (М. Демський, Л. Коломієць, Ф. Медведєв, Л. Скрипник, В. Ужченко); 4) діалектна фразеологія (Н. Бабич, Д. Гринчишин, М. Доленко, В. Лавер, М. Олійник, Г. Ступінська); 5) фразеологічна стилістика (Л. Авксент'єв, І. Білодід, А. Супрун, І. Чердніченко); 6) дослідження ФО як перекладознавчої категорії в системі внутрішньотекстових зв'язків (Р. Зорівчак, В. Калашник, А. Кунін, Н. Щербань); 7) компаративне вивчення української фразеології (О. Забуранна, О. Левченко, О. Суховій, З. Унук, Н. Щербакова).

Незважаючи на те, що фразеологічні одиниці широко застосовуються в усному і писемному мовленні (художній літературі, публіцистиці тощо), їхню структурно-семантичні особливості є недостатньо вивченими. Багато невирішених питань залишається і в теорії та практиці перекладу цих одиниць з української мови російською. У вітчизняній фразеології ще не існує комплексного дослідження і остаточного вирішення багатьох проблем, що й зумовило вибір теми та пояснює актуальність дослідження.

Актуальність теми статті пов'язана з питанням з'ясування особливостей перекладу фразеологізмів з української мови російською. Тема актуальна з огляду на низку проблем, що впливають із неї. Перекладач повинен добре знати не лише обидві мови, але й культуру, історію та традиції народів для того, щоб знайти влучні відповідники.

Об'єктом дослідження у статті обрано фразеологічні словосполучення в українській та російській мовах. Предмет дослідження – структурні моделі українських фразеологізмів та методи їх перекладу російською мовою.

Мета статті – порівняти зафіксовані українські фразеологізми з аналогічними та ідентичними фразеологічними одиницями російської мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Першим способом перекладу фразеологічних одиниць, який ми розглянемо, є переклад за допомогою фразеологічних еквівалентів.

Під фразеологічним еквівалентом розуміють такі фразеологізми мови друготвору, «які мають однаковий денотативний зміст, сигніфікативне значення, однакову стилістичну характеристику, схожі за лексичним наповненням і граматичною побудовою» [2, с. 28].

Як правило, поза залежністю від контексту фразеологічний еквівалент повинен мати те ж денотативне і конотативне значення, тобто між співвідносними фразеологічними одиницями не повинно бути розходжень відносно змісту, стилістичної віднесеності, метафоричності й емоційно-експресивного фарбування, вони повинні мати приблизно однаковий компонентний склад, характеризуватися однаковими лексико-граматичними показниками: сполучуваністю (наприклад, відносно вимоги живе/неживе), приналежності до однієї граматичної категорії, уживаністю, зв'язком із контекстними словами-супутниками і ще одним – відсутністю національного колориту.

Мова йде, власне кажучи, про повну й абсолютну еквівалентність, що вказує на надзвичайно високі вимоги до фразеологічних еквівалентів. Наприклад, рос. *взять быка за рога*; укр. *взяли бика за роги*.

Денотативний зміст цього фразеологізму однаковий – «підкорити собі, рішуче примусити діяти потрібним для себе чином». Сигніфікативне значення у всіх трьох фразеологічних одиниць однакове – воно втілене в предметно-речових назвах, як-от *бик, роги*. Однаковими є також форма, лексичні одиниці та форми зв'язку між словами, тобто синтаксична побудова.

Еквівалентними виявляються структурні моделі:

(дієслово + іменник із прийменником)

рос. *играть с огнем*

укр. *грати з вогнем*

(дієслово + іменник)

рос. *сжечь мосты*

укр. *спалити мости*

Фразеологічні одиниці мають однаковий зміст – «діяти необачно, необережно»; «рішуче розірвати з минулим; розпрощатися назавжди з чим-небудь».

Фразеологічних еквівалентів небагато,десь відсотків п'ять, робота з ними зводиться до їх виявлення в мові, на яку перекладаємо; вирішальна роль у цій роботі здебільшого належить відмінному володінню мовою, на яку перекладаємо, й словником [2, с. 73].

Іншим різновидом перекладу фразеологічних одиниць є переклад за допомогою неповного (часткового) еквіваленту. Неповним (частковим) фразеологічним еквівалентом називають таку одиницю мови, на яку перекладаємо, що є еквівалентом повної й абсолютної співвідносної багатозначної одиниці в мові першотвору, але не в усіх її значеннях.

Тобто зміст фразеологічних одиниць є тотожним, проте форма лише частково схожа. Це така структурна модель, як

прийменник + прикметник + два іменника + іменник із прийменником:

укр. *для милого друга і вола з плуга*

рос. *для милого дружка и сережка из уха;*

або **складнопідрядне речення:**

рос. *что написано пером,*

укр. *що написано пером, того не*

того не вирубишь топором вытянеш волом

У цих прикладах при однаковості змісту й тотожності синтаксичної побудови частковим є лексичне наповнення. Часткових еквівалентів порівняно небагато, тому що взагалі явище багатозначності менш характерне для фразеології. Набагато частішими є випадки відносної фразеологічної еквівалентності.

Відносний фразеологічний еквівалент або фразеологічний аналог – це такі міжмовні фразеологічні відповідники, які є однаковими за змістом, стилістичною характеристикою, але різняться лексичним наповненням і граматичною структурою [3, с. 74].

Відносний фразеологічний еквівалент поступається абсолютному лише в тому, що відрізняється від вихідної фразеологічної одиниці за яким-небудь із показників, таким як інші, часто синонімічні компоненти, невеликі зміни форми, зміна синтаксичної побудови, інші морфологічна віднесеність, сполучуваність та ін. В іншому він є повноцінною відповідністю перекладної фразеологічної одиниці.

Розглянемо цей різновид на прикладах. Різниця може бути, наприклад, у сполучуваності: укр. *коли рак свисне* – рос. *после дождичка в четверг*.

В українському та російському відповідниках немає однакових лексичних компонентів фразеологічної одиниці – її зміст відтворюється іншими словами.

Застосовуючи спосіб відносного фразеологічного еквіваленту, треба спочатку виявити значення фразеологічних одиниць у мові першотвору, а потім віднайти у мові друготвору тотожне за змістом, але відмінне за формою висловлення.

Наприклад: рос. *куда Макар телят не гонял* – «*дуже далеко, в небезпечне місце, куди йдеш не за власною волею*» – укр. *де козам роги правлять*; рос. *всякому овощу свое время* – укр. *порю сіно косять*; рос. *ни шьет, ни порет* – укр. *ні кує, ні меле*; рос. *из огня да в полымя* – укр. *з-під ринви та на дощ*.

У такий спосіб замінюється предметний фон, з якого створюється фразеологічна одиниця, на інший предметний фон у створеній фразеологічній одиниці.

В інших випадках еквівалент може відрізнитися від вихідної фразеологічної одиниці за компонентним складом; наприклад, той самий образ може бути виражений ощадливіше або більш загально. Але образи двох аналогів (у мові, на яку та з якої перекладаємо) можуть не мати між собою нічого спільного, що не заважає еквівалентам справно виконувати свою функцію в перекладі [2, с. 120].

Можливість передавати фразеологічні одиниці аналогами з образністю, що зовсім не має точок дотику у мові першотвору та друготвору, визначається головним чином тим, що здебільшого це стерті або напівстерті метафори, не сприймані або сприймані підсвідомо носієм мови: адже в значенні «*залишитися з носом*» ніякого «*носа*» росіянин не бачить, як не вбачає болгарський читач «*пальця*» в аналозі «*остана із прьст в уста*» («*залишитися з пальцем у роті*»). Ступінь яскравості

образу знижується до нульової у фразеологічних зрощеннях, в єдностях він вищий, а у вільному сполученні рідко досягає інтенсивності, що є однією з головних передумов для вибору прийому перекладу між аналогом і калькою.

Часті розходження при перекладі фразеологічних одиниць виникають у випадках використання трансформацій, таких як антонімічний переклад, конкретизація й генералізація.

Існує ще переклад за допомогою індивідуальних еквівалентів. Не знаходячи в мові друготвору повної відповідності, перекладач іноді змушений вдаватися до словотворчості, оформляючи в дусі перекладної одиниці новий, авторський фразеологізм, що максимально нагадує «природний». Якщо читач це сприйме – значить, перекладачеві вдалося передати зміст і стиль перекладної одиниці в досить «фразеологічній» формі. Тому тут радше йдеться про контекстуальний переклад.

Під час утворення свого аналогу фразеологізму перекладач може скористатися вже усталеними в мові, на яку перекладає, фразеологічними засобами й моделями.

Близьким до цього є лексико-фразеологічний переклад, тобто перебудова форми при зміщенні смислу обох фразеологічних одиниць [3, с. 75].

Фразеологічний переклад припускає використання в тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею мови першотвору й відповідною одиницею мови, на яку перекладаємо – від повного й абсолютного еквівалента до приблизної фразеологічної відповідності. Наведу приклади фразеологічного перекладу, які мають повну й абсолютну еквівалентність:

1) рос. *бросить жребий* → укр. *кинути жереб*.

Ці фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (дієслово + іменник) та мають тотожне значення «*вирішувати що-небудь за допомогою жеребкування*» [4, с. 73];

2) рос. *на край света* → укр. *на край світу*.

Фразеологізми мають значення «*кудиось дуже далеко*». Вони однакові за структурними моделями (прийменник + іменник) [4, с. 95];

3) рос. *напали на след* → укр. *натрапили на слід*.

Фразеологічні одиниці однакові за моделями (дієслово + прийменник + іменник) та мають значення «*знаходити, виявляти ознаки чого-небудь*» [4, с. 301];

4) рос. *вдоль и поперек* → укр. *вздовж і впоперек*.

Фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (прислівник + сполучник + прислівник) та мають значення «*в усіх напрямках, всюди*» [4, с. 224];

5) рос. *в крайнем случае* → укр. *у крайньому разі*.

Фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (прийменник + прикметник + іменник) та мають значення «*якщо немає іншого виходу*» [4, с. 228];

6) рос. *душой и телом* → укр. *тілом і душею*.

Фразеологічні одиниці однакові за моделями (іменник + сполучник + іменник) та мають значення «*цілком, у всіх відношеннях, усім єством*» [4, с. 259];

7) рос. *в глубине души* → укр. *в глибині душі*.

Фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (прийменник + іменник + іменник) та мають значення «*внутрішні переживання людини, її найтаємніші думки*» [4, с. 181];

8) рос. *во все времена* → укр. *в усі часи*.

Фразеологічні одиниці однакові за моделями (прийменник + іменник) та мають значення «*завжди*» [4, с. 229];

9) рос. *в первую минуту* → укр. *в першу хвилину*.

Фразеологічні одиниці однакові за моделями (прийменник +

числівник + іменник) та мають значення «одразу ж після чого-небудь» [4, с. 233];

10) рос. *во сто крат* → укр. *в сто разів*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (прийменник + числівник + іменник) та мають значення «набагато більше» [4, с. 232];

11) рос. *едва стояла на ногах* → укр. *ледве стояла на ногах*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (прислівник + дієслово + іменник з прийменником) та мають значення «з трудом ходити, рухатися від сильної слабкості» [4, с. 80];

12) рос. *сбить с толку* → укр. *збити з пантелику*. Фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (дієслово + іменник з прийменником) та мають значення «викликати замішання в кого-небудь, дезорієнтувати, заплутувати» [4, с. 57];

13) рос. *глаза сверкали* → укр. *очі палали*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (іменник + дієслово) та мають значення «велике бажання мати, одержати що-небудь» [4, с. 117];

14) рос. *голова пылала* → укр. *глова палала*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (іменник + дієслово) та мають значення «стан сильного хвилювання, збудження» [4, с. 258];

15) рос. *пойдет далеко* → укр. *далеко сягне* (дієслово + прислівник); (прислівник + дієслово). Фразеологічні одиниці мають значення «добитися слави, успіхів; стати відомим; зробити кар'єру» [4, с. 39];

16) рос. *к великому изумлению* → укр. *на превеликий подив*. Фразеологічні одиниці однакові за структурними моделями (прийменник + прикметник + іменник) та мають значення «цілком несподівано для кого-небудь» [4, с. 96];

17) рос. *нечего было и думать* → укр. *годі було й думати* (просте речення). Фразеологічні одиниці мають значення «необхідність змиритися з чим-небудь недосяжним» [4, с. 131];

18) рос. *между двух огней* → укр. *між двох вогнів* (прислівник + числівник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «безвихідне, скрутне становище» [4, с. 86];

19) рос. *пришелся по вкусу* → укр. *припав до вподоби*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (дієслово + іменник з прийменником) та мають значення «сподобатися» [4, с. 345];

20) рос. *настаивал на своем* → укр. *стояв на своєму* (дієслово + прийменник + прислівник). Фразеологічні одиниці мають значення «доводити свою правоту, вперто відстоювати свої думки» [5, с. 696];

21) рос. *в двух шагах* → укр. *за два кроки*. Фразеологічні одиниці однакові за моделями (прийменник + числівник + іменник) та мають значення «дуже близько, поряд» [4, с. 223];

22) рос. *спались глаза* → укр. *очі злипалися* (дієслово + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «коли дуже хочеться спати, хилить на сон» [4, с. 245];

23) рос. *любой ценой* → укр. *за всяку ціну* (прикметник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «якими завгодно засобами, способами» [4, с. 291];

24) рос. *не выходило из головы* → укр. *точило мені мозок* (просте речення). Фразеологічні одиниці мають значення «постійно з'являється, постає в пам'яті, пам'ятається» [5, с. 698];

25) рос. *в мгновение ока* → укр. *в одну мить* (прийменник + іменник + іменник); (прийменник + числівник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «дуже швидко, миттєво, моментально» [4, с. 229];

26) рос. *промокнем до костей* → укр. *вимокнуемо до рубця* (дієслово + іменник із прийменником). Фразеологічні одини-

ці мають значення «вимокнуемо дуже сильно, зовсім, наскрізь» [4, с. 256];

27) рос. *до последнего вздоха* → укр. *до останньої краплини крові* (прийменник + прикметник + іменник); (прийменник + прикметник + іменник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «до смерті, не щадячи життя» [4, с. 257];

28) рос. *пища для души* → укр. *хліб для душі* (іменник + прийменник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «те, що є джерелом для чого-небудь, якої-небудь діяльності» [5, с. 670];

29) рос. *тронут до глубины души* → укр. *до краю зворушений*. Фразеологічні одиниці мають значення «дуже схвилюваний, вражений» [4, с. 256].

Фразеологічний переклад припускає використання в тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею мови першотвору й відповідною одиницею мови, на яку перекладаємо – від повного й абсолютного еквівалента до приблизної фразеологічної відповідності.

Лексичний переклад застосовують, як правило, у тих випадках, коли поняття позначене в одній мові фразеологізмом, а в другій – словом. Так, деякі дієслова в російській мові виражаються словосполученнями, які українською можна передати зовсім безболісно їхнім лексичним еквівалентом: рос. *будут делать* – укр. *робитимуть*.

Такому перекладу піддаються також фразеологічні одиниці, у яких у мові першотвору або друготвору є синонімічні слова. Це здебільшого ідіоми, тобто сполучення, що позначають предмети або поняття: рос. *упасть в обморок* – укр. *знепритомніти*.

На відміну від «однослівного» і ближче до того, що називають вільним перекладом, значеннєвий зміст фразеологічних одиниць передають змінним словосполученням. Такі переклади цілком задовільно виконують свою роль у словнику, вказуючи точне семантичне значення одиниці. Однак у контексті будь-якої відповідності повинна отримати «фразеологічний вигляд», або стилістичне забарвлення й експресивність, які були би близькими до оригінального: рос. *в один голос* – укр. *усі враз вигукнули*.

Калькуванню, або дослівному перекладу, надають перевагу в тих випадках, коли іншими прийомами, зокрема фразеологічними, не можна передати фразеологізм у цілісності його семантико-стилістичного й експресивно-емоційного значення, а з тих чи інших причин бажано «довести до відома» читача образну основу. Отож, калькування – це процес творення нових слів, словосполучень, фразеологізмів, при якому засвоюється лише значення та принцип організації іншомовної одиниці, що передається засобами (морфемами, словами) цієї мови [3, с. 56].

Передумовою для калькування є достатня вмотивованість значення фразеологічної одиниці значеннями її компонентів. Тобто калькування можливе тільки тоді, коли дослівний переклад може довести до читача зміст усього фразеологізму (а не значення його частин). Без калькування не можна обійтись, коли образ фразеологізму надзвичайно важливий для правильного розуміння тексту і водночас є прозорим, а заміна його іншим образом не дає достатнього ефекту, пор.: укр. *батьки і діти* – рос. *отцы и дети*; укр. *тепленьке місце* – рос. *теплое местечко*; укр. *зустрічати в штики* – рос. *встречать в штики*. До калькування вдаються й у тих випадках, коли «семантичний еквівалент» відрізняється від вихідної фразеологічної одиниці за колоритом. Багато кальок можна віднести до перекладу фразеологічного. Оскільки російська та українська

мови пройшли майже однакові історичні, культурні, релігійні етапи розвитку, то в них спостерігаються фразеологічні одиниці з однаковим образним, предметним, національно-етнічним компонентом [3, с. 161]. До подібних фразеологізмів належать такі структурні моделі, як речення: укр. *в тихому болоті чорти водяться* – рос. *в тихом болоте черти водятся*; укр. *а віз і нині там* – рос. *а воз и ныне там*. Сюди ж відносять біблеїзми та вирази з творів античної літератури: укр. *нести хрест* – рос. *нести крест*; укр. *на сьомому небі* – рос. *на седьмом небе*.

Велика кількість словосполучень у політичній, науковій і культурній областях практично являють собою кальки: укр. *середовище життя* – рос. *питающая среда* (прикметник + іменник); укр. *глава уряду* – рос. *глава правительства* (іменник + іменник).

Калькуванню зазвичай піддаються терміни й словосполучення назв пам'яток історії й культури: укр. *Зимовий палац* – рос. *Зимний дворец* (прикметник + іменник); укр. *льодова бійня* – рос. *ледовое побоище* (прикметник + іменник).

Описовий переклад фразеологічних одиниць зводиться до перекладу не самого фразеологізму, а його тлумачення, як це часто буває з одиницями, що не мають еквівалентів у мові, якою перекладаємо. Це можуть бути пояснення, порівняння, описи, тлумачення. Такий спосіб не відтворює емоційно-експресивного відображення фразеологічної реальності першотвору.

Отже, відтворення фразеологізмів першотвору в перекладі здійснюється різними способами, виходячи із тієї ролі, яку вони відіграють, та враховуючи характер текстів.

У контексті цей шлях перекладу великої ролі не відіграє, адже кожного разу перекладач намагається впелити зміст фразеологічної одиниці в загальну тканину так, щоб правильно були передані всі елементи тексту в цілому, тобто вдається до контекстуального перекладу. Однією з помилок перекладу фразеологічних одиниць вважається сприйняття фразеологізму у мові першотвору як вільного словосполучення із самостійним, прямим значенням слів-компонентів, що входять до його складу.

Загалом при перекладі фразеологізмів треба виходити з поради досвідчених перекладознавців: «Ідіоми треба перекладати в різні способи, залежно від тексту і від самої ідіоми в кожному конкретному випадку» [3, с. 197; 1].

Лексичний переклад, тобто заміна фразеологічної одиниці на слово або словосполучення, що пояснює значення фразеологізму, який перекладається, проілюструю такими прикладами:

1) рос. *в первую очередь* (прийменник + прикметник + іменник) → укр. *насамперед* (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «перед усім іншим, насамперед» [4, с. 233];

2) рос. *все как один* → укр. *одноставно* (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «абсолютно всі, одноставно» [4, с. 235];

3) рос. *в двух словах* → укр. *коротко* (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «коротко, стисло» [4, с. 224];

4) рос. *иначе говоря* → укр. *себто* (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «іншими словами, тобто, себто» [4, с. 69];

5) рос. *в один голос* → укр. *враз* (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «всі разом, одноставно, враз» [4, с. 230];

6) рос. *в свою очередь* → укр. *й собі*. Фразеологічна одиниця має значення «у відповідь, зі свого боку, й собі» [4, с. 235];

7) рос. *вошедшее в силу* → укр. *прийняте* (прикметник). Фразеологічна одиниця має значення «стає законним, чинним, загальноприйнятим» [4, с. 89];

8) рос. *вышел из себя* → укр. *розлютився* (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «прийти в стан крайнього роздратування, розлютованості» [4, с. 99];

9) рос. *потерял голову* (дієслово + іменник) → укр. *стерявся* (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «приходити в розгубленість; не знати, що робити, через хвилювання» [4, с. 474];

10) рос. *дать знать* (дієслово + дієслово) → укр. *сповістити* (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «сповіщати, попереджувати» [4, с. 249];

11) рос. *положите там начало* (дієслово + прислівник + іменник) → укр. *заснуйте* (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «бути джерелом чого-небудь» [4, с. 124];

12) рос. *спутница жизни* (іменник + іменник) → укр. *дружина* (іменник). Фразеологічна одиниця має значення «дружина» [4, с. 372];

13) рос. *прийти в себя* → укр. *опритомніти* (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «отямитися після непритомності, опритомніти» [4, с. 344];

14) рос. *бросать слова на ветер* → укр. *говорити безпідставно* (дієслово + іменник + прийменник + іменник); (дієслово + прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «висловлювати-ся необдуманно, говорити безпідставно» [4, с. 221];

15) рос. *влячило жалкое существование* → укр. *ледве живитіло* (дієслово + прикметник + іменник); (прислівник + дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «жити в тяжких умовах, зазнавати нестатків» [4, с. 228];

16) рос. *дождь лил как из ведра* → укр. *пішов зливний дощ* (іменник + дієслово + сполучник + іменник з прийменником); (дієслово + прикметник + іменник). Фразеологічна одиниця має значення «зливний дощ, злива» [4, с. 228];

17) рос. *пришел к выводу* → укр. *побачив* (дієслово + прийменник + іменник); (дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «зробити висновок» [4, с. 344].

Прикладами описового перекладу є такі фразеологізми:

18) рос. *вышел из терпения* → укр. *не в силі терпіти* (дієслово + прийменник + іменник); (прийменник + іменник + дієслово). Фразеологічна одиниця має значення «не мати можливості зносити що-небудь, виходити зі стану врівноваженості» [4, с. 243];

19) рос. *мертвая тишина* → укр. *не було чути жодних підозрілих звуків* (прикметник + іменник); (просто речення). Фразеологічна одиниця має значення «повна відсутність звуків» [4, с. 293];

20) рос. *в поте лица* → укр. *старанно* (прийменник + іменник + іменник); (прислівник). Фразеологічна одиниця має значення «з великою старанністю, напруженням, докладаючи великих зусиль» [4, с. 234].

Приклади дослівного перекладу фразеологізмів:

21) рос. *вне закона* → укр. *поза законом* (прислівник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «не підлягають охороні законом, позбавлені громадянських прав» [4, с. 128];

22) рос. *разверзлись хляби небесные* → укр. *небесні безодні розкрились* (дієслово + іменник + прикметник); (прикметник + іменник + дієслово). Фразеологічні одиниці мають значення «непогода зі зливою» [4, с. 148];

23) рос. *ваши покорный слуга* → укр. *ваш покірний слуга* (займенник + прикметник + іменник). Фразеологічні одиниці мають значення «про себе, тобто «я» у ввічливій формі до співрозмовника» [4, с. 223].

Нефразеологічний переклад, як показує сама назва, передає фразеологічну одиницю за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів мови друготвору.

Висновки. Оптимальним варіантом перекладу фразеологізмів можна вважати переклад повним еквівалентом, оскільки фразеологізми російської та української мов часто збігаються як лексично, так і структурно. Цей факт можна пояснити результатом тісної взаємодії двох мов, що належать до однієї сім'ї, пройшли подібні історичні, культурні, релігійні етапи розвитку.

Переклад може передавати фразеологічну одиницю за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів мови друготвору, коли жодним із фразеологічних еквівалентів або аналогів скористатися не можна. Такий переклад, з огляду на навіть компенсаційні можливості контексту, важко назвати повноцінним: завжди є деякі втрати (образність, експресивність, конотації, афористичність, відтінки значень), що й змушує перекладачів звертатися до нього тільки у випадку гострої потреби.

Перспективи подальшого дослідження й опису способів перекладу фразеологізмів з російської мови українською та навпаки вбачається у глибокому вивченні структурно-семантичних особливостей цієї одиниці з боку міжкультурної й міжмовної комунікації, прагматики й дискурсу.

Література:

1. Бакина М.А. Перифрастические и фразеологические сочетания в творчестве пролетарских поэтов. Эволюция поэтической речи XIX – XX вв. Перифраза. Сравнение / Бакина М.А., Некрасова Е.А. – М. : Наука, 1986. – С. 3–80 (191 с.).
2. Зарицкий М.С. Переклад: створення та редагування / М.С. Зарицкий – К. : Парламентське вид-во, 2004. – 120 с.
3. Шадрин Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная лингвистика / Н.Л. Шадрин. – Саратов, 1991. – 237 с.
4. Олійник І.С. Українсько-російський і російсько-український фразеологічний тлумачний словник / Олійник І.С., Сидоренко М.М. – К. : Рад. школа, 1991. – 400 с.
5. Словник фразеологізмів української мови. – К.: Наукова думка, 2003. – 1098 с.

Шепель Ю. А. Особенности перевода фразеологизмов с русского языка на украинский

Аннотация. Произведен сравнительный анализ зафиксированных фразеологизмов с аналогичными и идентичными фразеологическими единицами других славянских языков, особенно русского языка, частотность употребления фразеологизмов в разных стилях украинского языка, системные связи на фразеологическом уровне.

Ключевые слова: фразеологизм, системные связи, фразеосемантическая группа, семантический ряд, структурная модель, опорный компонент, историческое развитие, этимология, сравнительная характеристика, стиль.

Shepel Yu. Transfer Features of phraseology from Russian to Ukrainian

Summary. A comparative analysis of phraseology recorded with the same and identical phraseological units of other Slavic languages, especially Russian language, frequency of use of phraseology in different styles of the Ukrainian language, the system due to the phraseological level.

Key words: idiom, system communication, Frazeeosemanticheskyy group semantic series, structural model, support component, historical development, etymology, comparative characteristic style.



МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ



*Чуланова Г. В.,**кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології
Сумського державного університету**Герман О. Г.,**студентка VI курсу
факультету іноземної філології та соціальних комунікацій
Сумського державного університету*

ВИКОРИСТАННЯ ЛЕКСИЧНИХ ЗАСОБІВ У СЛОГАНАХ ТУРИСТИЧНОЇ РЕКЛАМИ ГОТЕЛІВ США

Анотація. У статті розглянуто лексичні засоби, що використовуються в рекламних слоганах готелів США, увагу сфокусовано на ролі кожного із засобів. Досліджено явище, сутність та особливості туристичної реклами, а також вимоги до створення рекламних слоганів.

Ключові слова: слоган, реклама, сфера туризму, лексичні засоби.

Постановка проблеми. Унаслідок розвитку інформаційних технологій сучасний світ вже не можна уявити без реклами, що нині проникає в усі сфери суспільного життя. Ми натрапляємо на рекламу скрізь: на сторінках газет та журналів, у громадському транспорті, у теле- та радіоефірі, у Всесвітній мережі Інтернет. Наразі реклама досить органічно вписалася в наше повсякденне життя, адже щодня споживач стикається з величезною кількістю рекламних оголошень та переглядає безліч рекламних роликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явище реклами вчені трактують по-різному. Л. Геращенко визначення реклами тлумачить як «опис або звертання уваги на продукт, послугу або подію в суспільному середовищі з метою сприяння продажу або відвідуваності» [2, с. 7]. Р.І. Мокшанцев подає визначення реклами як процес інформування населення про товар, ознайомлення з ним, переконання в необхідності його покупки [7, с. 64].

Реклама обов'язково несе в собі звернення до людини, адже не дарма вона має на меті привернути увагу покупця, вплинувши на його свідомість. О. Міллер вводить значно ширше поняття реклами. Реклама в сучасному світі – це справжній автопортрет суспільства, відображення суспільних настроїв, симпатій та фобій, на які вона реагує швидше, чим більшість інших соціальних інститутів [6, с. 19]. Спостерігаючи за рекламою, за видозмінами притаманних їй методів та прийомів впливу на аудиторію, можна відтворити економічний, соціальний і психологічний портрет «середньостатистичного» громадянина, справжнього представника більшості, не звертаючись до соціологічних, демографічних та інших даних, отриманих науковими шляхами.

Актуальність дослідження полягає в тому, що розглянутий у роботі аспект є цікавим та являє собою широкий простір для вивчення та аналізу, оскільки сьогодні лексичні особливості слоганів готелів у сфері туристичного бізнесу майже не розглядаються, а слогани, у яких використані різні лексичні засоби та художні прийоми дають змогу вивчати проблему із різних позицій.

Метою роботи є аналіз особливостей рекламних слоганів готелів на лексичному рівні, задля досягнення якої ми вирішує-

мо конкретні наукові завдання: розглянути поняття «слоган» на загальному рівні, особливості його побудови та визначити роль кожного лексичного прийому в слоганах готелів. Об'єктом дослідження є англійські слогани готелів, предметом роботи – їх лексичні особливості.

У роботі реклама розглядається як вид масової комунікації, яка створюється за особливими законами, характерними для масово-комунікативного процесу, що відбувається в масштабах суспільства, має семіотичний характер, є організованим, систематичним спілкуванням, яке здійснюється за допомогою різних каналів комунікації, таких як преса, телебачення, радіо, Інтернет.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні реклама охопила всі сфери життя: соціальну, політичну та економічну. Не минула вона, звичайно, і туристичний бізнес. Туристична реклама – вид реклами, в основі якої надана інформація про туристичні продукти та послуги. Інформація зазвичай подана в стислій, художньо вираженій формі, мета такої реклами – донести до споживача найважливіші відомості про туристичні послуги підприємства (готелю, готельно-ресторанного комплексу і т. ін.). Туризм – це бізнес-діяльність, пов'язана із наданням житла, послуг і розваг для людей, які відвідують місце відпочинку [12, с. 68].

Туризм є засобом глобальної комунікації між народами різних країн, які в процесі обмінюються власною історією, культурою та мовою. Туристична реклама виникла через суспільні потреби, тому вона і стала головним інструментом у цій сфері, яка сьогодні тільки розвивається.

Особливості та специфіка реклами у сфері туризму та індустрії готельного бізнесу несуть на собі печатку самої сфери готельного бізнесу, відрізняючись своїм характером залежно від конкретної сфери. Туристична реклама має містити в собі надання потенційним споживачам правдивої і точної інформації з використанням фото- та відеоматеріалів, ілюстрацій, брошур. Хоча така реклама вміщує повні дані про послуги, що надає фірма, деякі рекламні агенції застосовують подання красивої картинки з короткими, але найнеобхіднішими відомостями [16, с. 12].

Дуже важливою проблемою під час створення реклами є створення образу туристського продукту. Тому під час вивчення потреб цільової аудиторії треба шукати ті привабливі сторони товару, які надали б йому новизну і унікальність, що вигідно відрізняло б його від пропозицій конкурентів і приваблювало б увагу споживачів [11, с. 81]. Так як туристична реклама – це відносно нове явище, то більшість рекламних агентств вдається до використання слоганів або ж логотипів, оскільки, як вва-

жає експерт Хассан Сахелі, вони найкраще запам'ятовуються, бо здатні максимально привернути увагу потенційних споживачів [19, с. 126].

Слоган – це коротка, але ємна фраза, яка приваблює увагу і являє собою девіз фірми або основну думку, що характеризує ту чи іншу послугу.

Незважаючи на те, що слоган – це лаконічна рекламна фраза, яка легко запам'ятовується, створити його чи не найважче завдання, адже працівникам рекламних агенцій доводиться основну суть звести в декілька слів [18, с. 21].

Слоган – це романтика рекламної справи, її девіз, короткий, образний вислів, афористично і несподівано висловлена думка рекламного послання. Іноді слоган стає ідеєю цілої рекламної компанії, втягує в свою орбіту багато інших видів реклами [1, с. 34].

Дуже часто найкращий спосіб у приверненні уваги клієнтів є налагодження з ними емоційного контакту [17, с. 8]. Експерт із питань щодо оформлення та ефективності рекламних слоганів Джордж Боїкін наголошує, що слоган створюють для того, щоб переконати споживачів щось придбати, але ж якщо інформація про товар чи послугу подана розмито без застосування пам'ятного образу, то переконливий намір слогана буде прирівняний до нуля [10, с. 34].

Так як дві третини оголошень включають в себе рекламні слогани, у яких можна виділити загальні характеристики, то на їх основі і виділяються принципи ефективності слогана. Справді вдалий слоган має торкнутися до підсвідомості потенційного споживача, прищеплюючи позитивні почуття. Під час створення слоганів рекламні агенції вдаються до використання в рекламних слоганах лексичних прийомів.

Один із популярних прийомів під час створення слогана є застосування антонімів. Антоніми є найважливішим засобом створення антитези – стилістичної фігури контрасту, різкого протиставлення понять, положень, образів, станів. Антонімія також застосовується для вираження контрасту та посилення емоційності. У слоганах антонімія є досить поширеним явищем, найчастіше в ролі антонімів у рекламі виступають прикметники або ж прислівники [3, с. 142].

“Visit us every season and see how the same can be different!” – саме такий слоган має готель «Four Seasons» (місто Бостон, штат Массачусетс).

Такий прийом застосований і в слогані готелю «The Canyon Suites at the Phoenician» (місто Скоттсдейл, штат Арізона): “Pay LITTLE and get MUCH”. Протиставлення слів посилює увагу потенційного споживача, а також сприяє кращому запам'ятовуванню рекламного тексту.

Також у слоганах можуть бути наявні й пароніми – близькі за звуковим складом слова, але різні за своїм значенням. У рекламі пароніми вживаються для створення тавтологічних і звукових повторів, адже вони більшою мірою орієнтовані на звукову відчутність слова [4, с. 31]. Використання схожих за звучанням слів робить слоган більш пам'ятним. На слогані готелю «Montage Beverly-Hills» (місто Лос-Анджелес, штат Каліфорнія) зазначено “Your Presence is for us Presents”. Використані пароніми і в слогані готелю “Pompano Beach Pool Home” (місто Понтано Біч, штат Флорида). “Cents for Sense”. У слогані підкреслено невисокі ціни за проживання в готелі та незабутні враження.

Використання омонімії в рекламних слоганах є теж досить поширеним явищем. Як і багатозначні слова, омоніми вживаються у взаємовиключних сильних позиціях. Зіткнення

омонімів в одній фразі робить вираз більш цікавим, а накладення омонімів або їх злиття є засобом створення каламбуру. Каламбур, або «гра слів», справляє на потенційного споживача емоційний ефект, викликає інтерес до рекламованих товарів чи послуг [16, с. 22].

У слоганах готелів найпоширенішою є практика застосування гри слів до самої назви готелю з додаванням омонімічних одиниць. Так, наприклад, у слогані готелю «The NoMad Hotel» (місто Нью-Йорк) міститься такий напис: “The NoMad for NoMad and No Mad Lovers”. У цьому слогані збігаються «NoMad» та «No Mad», які належать до омофонів.

У слогані “The Royal Hawaiian in Hawaii: You have all reasons to Hawaii at us” використані абсолютні омоніми, які збігаються як за звучанням, так і за написанням, автор слогана навіть вигадав нове дієслово «to Hawaii», що зробило слоган більш незвичайним.

Не менш поширеним є використання тавтології в слоганах. Практика застосування в рекламі тавтології досить популярна, тавтологія стає невід'ємним явищем рекламного тексту. Тавтологія в рекламі має особливе значення, тому що вона виступає як стилістична фігура, яка надає здебільшого художньому, інколи й публіцистичному стилю образності, яскравості, колориту.

Тавтологія в рекламі спрямована саме на підкреслення та виділення особливостей, які роблять місця для відпочинку унікальними [15, с. 18]. Так, наприклад, у слогані бізнес-готелю «Waldorf Astoria», що в Нью-Йорку (штат Нью-Йорк) зазначено таке: “Prestigious hotel for prestigious people!”. І хоча таке поняття як «prestigious people» відсутнє, розробник цього слогана наголошує, що цей готель повністю задовольнить всі потреби ділових людей. Тавтологія наявна і в слогані готелю «Mayflower Hotel, Autograph Collection» у Вашингтоні. “Do you like EVERYTHING luxury? We provide this EVERYTHING”. Із позиції психології застосування тавтології у рекламі є досить дієвим методом, адже повторення одного і того самого слова або навіть речення не просто сприяє кращому запам'ятовуванню, а здатне і «врізатися» в пам'ять.

Нерідко вдаються розробники реклами до використання художніх прийомів у слоганах. Чільне місце в рекламних слоганах посідає таке явище як метафоризація. Метафора – універсальний спосіб переосмислення значення слів і перенесення найменування з одного денотата на інший на основі подібності (реального або вигаданого) двох об'єктів. У метафорі поєднані не лише образне уявлення та інформація про оцінку, а й вираження деяких почуттів, усвідомлених емоцій, а також стилістична забарвленість. Метафори поєднують два, здавалося б, несумісні образи чи поняття під час спроби створити символіку [9, с. 49].

Метафори часто використовуються в будь-якій рекламі як спосіб підвищення прийнятної цінності певного продукту чи послуги. Вони також можуть допомогти створити певний імідж бренду. Рекламна метафора часто поєднує в собі словесні фрази з візуальним зображенням, щоб драматизувати ефект [14, с. 32].

Слоган готелю «The Peninsula Chicago» (місто Чикаго, штат Іллінойс) проголошує: “Taste a Comfort, Try a Cozy”. Такий слоган змушує любителів комфорту повірити в те, що саме цей готель здатний забезпечити відпочинок від повсякденних стресів і отримання приємних відчуттів.

У слогані готелю «Montage Laguna Beach» (місто Лагуна-Біч, округ Орандж, штат Каліфорнія) зазначено: “Take Daily Rays of Sunshine”. Ця метафора передає головну особливість

готелю – його географічне положення, сонячний клімат подає літо в будь-яку пору року. Дещо схожий слоган “Eat a Bowl of Sunshine” має «The Ritz-Carlton Key Biscayne» (місто Маямі, штат Флорида).

Метафора також передає спекотне літо щодня та створює символіку отримання теплих вражень під час відпочинку.

Інший художній прийом у рекламному слогані – це метонімія, що полягає в перенесенні найменування з одного на інший предмет лише за їх суміжною ознакою, але не за їх подібністю. Використання метонімії, так само як і використання метафори, підтверджує ту тенденцію реклами, яка становить головну її специфіку і яка найбільш яскраво проявляється в її сучасному стані – тенденцію управління людською свідомістю. Метонімія, як і метафора, здатна розширити в рекламі межі застосування слова.

Заповнюючи простір рекламного тексту, образи, створювані метафорами і метоніміями, дають змогу судити про те, наскільки багата мова реклами та наскільки вона дієва [13, с. 20].

Метонімія наявна в слогані готелю «Pompadour DC at the Vita Tysons Corner Center» (місто Ферфакс, штат Вірджинія). Напис слогана звучить так: “We bring service like for Crown”. У слогані під словом «crown» не мається на увазі «корона», у цьому випадку «crown» означає короновані особи, королі тощо.

У слогані бізнес-готелю «Serrano Hotel» (місто Сан-Франциско, штат Каліфорнія) теж використана метонімія. “Life in Our Suits like in White House”. «Suits» – номери бізнес-класу. Таким коротким словом у слогані вдалося уникнути зайвого нагромадження слів, тобто вдалося зберегти лаконічність слогана, а з допомогою метонімії привіряти номери готелю з кімнатами в Білому домі.

Ще один художній прийом – персоніфікація, що полягає в уособленні, наділенні предмета, явища природи або абстрактного поняття людськими якостями. Персоніфікація вважається одним із найвиразніших прийомів у рекламі, адже персоніфікація здатна конкретизувати образ та зробити його більш доступним до сприймання [13, с. 62].

“The Coral Reef Provides Satisfaction” – у слогані персоніфікована назва готелю, послуги, що надає обслуговий персонал, уособлені в назві готелю.

Застосована персоніфікація і в слогані “Hotel is at Your service”, готель «Wild Horse Inn» (місто Фрейзер, штат Колорадо). Як і в попередньому випадку, у слогані персоніфікується готель. У слогані «hotel» означає весь персонал готелю, який готовий якісно забезпечити гостям незабутній відпочинок.

Із приводу використання лексичних засобів та художніх прийомів у слоганах І. Ішмінецька зазначила, що не важливо, що саме буде містити слоган, важливо пам'ятати, що слоган – це сугестивний текст, а тому, які емоції будуть викликані у читача, залежить від того, якої якості словесний матеріал буде підібраний [5, с. 134].

Висновки. Слоган туристичної реклами є особливим складником для туристичних компаній, агенцій та інших закладів, що надають туристичні послуги. Слоган туристичної реклами завжди побудований так, аби вказати на головну особливість рекламованого об'єкта, змушуючи реципієнта зацікавитись місцями для відпочинку, тому маркетологи вдаються до використання різних лексичних засобів у слоганах. Тому ми вважаємо, що ця тема є цікавою своєю новизною, а так як вона недостатньо досліджена, то її вивчення можливе не лише з лексичної, але також із синтаксичної, семантичної та інших позицій.

Література:

1. Айзенберг М.Н. Психология и психоанализ рекламы : [учебное пособие] / М.Н. Айзенберг. – Самара : Издательский Дом БАХРАХ-М, 2001. – 206 с.
2. Геращенко Л.Л. Психология рекламы : [учебное пособие для студентов] / Л.Л. Геращенко. – Москва : АСТ: Астрель, Хранитель, 2006. – 298 с.
3. Гончарова Г.С. Исследования противопоставления в коммерческой рекламе / Г.С. Гончарова. – Вестник ВГУ, 2014. – 204 с.
4. Давлетбаева Д.Н. English Lexicology / Д.Н. Давлетбаева. – Казань : ТГТУ, 2010. – 92 с.
5. Ишминская И.А. Креатив в рекламе: серия № 2 «Академия рекламы» / И.А. Ишминская. – Москва : РИП-холдинг, 2006. – 240 с.
6. Миллер А. Реклама: Энциклопедия для всех / А. Миллер. – Москва : Вершина, 2003. – 254 с.
7. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : [учебное пособие] / Р.И. Мокшанцев. – Новосибирск : ИНФРА-М, 2007. – 228 с.
8. Ученкова В.В. История рекламы / В.В. Ученкова, Н.В. Старых. – СПб. : Питер, 2002. – 304 с.
9. Чуланова Г.В. Оценочный компонент значения в семантике субстантивных метафор // Суми: Філологічні трактати. – Том 3. – № 3. – 2011. – С. 49–50.
10. Boykin G. Effective Slogan Markers / G. Boykin. – New York : Knowledge Point, 2013. – P. 23–28.
11. Connor R. How to Make Business Tourism Worth It / R. Connor. – New York : SubScribe, 2014. – 147 p.
12. Djafarova E. Language in tourism advertising: the contribution of figures of speech to the representation of tourism / E. Djafarova. – London : Newcastle Business School, 2008. – 257 p.
13. Fiser D. Linguistic creativity in the language of print advertising / D. Fiser. – Pardubice : Rezervovat, 2007. – 162 p.
14. Joseph C. Examples of Metaphors in Advertising / C. Joseph. – Houston : “Subscribe to the Houston Chronicle”, 2014. – P. 32–34.
15. Knobbs R. What is tautology / R. Knobbs. – Oslo : Oslo Compass Press, 2013. – 122 p.
16. Korcak J. Wordplay in Advertising / J. Korcak. – Zlic : Thomas Bata University, 2012. – 143 p.
17. Leslie T. Business Tourism / T. Leslie. – Houston: “Subscribe to the Houston Chronicle”, 2014. – P. 36–39.
18. Mooney L. What Are the Features of Slogan / L. Mooney. – New York : Knowledge Point, 2011. – P. 19–21.
19. Salehi H. Tourism advertisement / H. Salehi. – Hartford : University of Hartford, 2009. – 197 p.

Герман О. Г., Чуланова Г. В. Использование лексических средств в слоганах туристической рекламы отелей США

Аннотация. В статье рассмотрены лексические средства, используемые в рекламных слоганах отелей США, внимание фокусируется на роли каждого из средств. Исследуется явление, сущность и особенности туристической рекламы, а также требования к созданию рекламных слоганов.

Ключевые слова: слоган, реклама, сфера туризма, лексические средства.

Herman O., Chulanova H. The usage of lexical means in tourism advertising slogans of hotels in the USA

Summary. This article deals with lexical means which are used in advertising slogans of hotels in the USA. It is focused on the role of each of means. We study the phenomenon of advertising, the nature and characteristics of tourism advertising, and requirements for creation advertising slogans.

Key words: slogan, advertising, tourism, lexical means.

Панченко С. А.,
докторант

Днепропетровського національного університету імені Олеся Гончара

ПРОФЕССИЯ ПЕРЕВОДЧИКА КАК ПРЕДМЕТ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДИСКУРСА

Аннотация. В статье представлен обзор проблем перевода, которые изображены в развлекательном телевизионном дискурсе. Проанализированы особенности перевода фразеологических единиц, реалий, единиц номинации, которые дают возможность создания юмористического эффекта.

Ключевые слова: перевод, художественный перевод, дискурс, развлекательный дискурс.

Постановка проблемы. Статья написана в русле актуальных исследований с учетом, во-первых, важности роли переводчика в современном мире с все увеличивающимся объемом межнациональных контактов и, во-вторых, роли развлекательного телевизионного дискурса в формировании мировоззрения и кругозора современного человека, в первую очередь молодежи. В развлекательном телевизионном дискурсе, как в зеркале, хотя и несколько утрированно, отражаются наиболее заметные черты того или иного феномена, в интересующем нас случае – практической деятельности переводчика.

Анализ последних исследований и публикаций. В нашем исследовании мы опираемся на ряд имеющихся работ, касающихся таких направлений, как теория перевода и методика обучения переводу (Л. Черноватый, И. Корунец, В. Карабан, Р. Зоривчак), различные виды медиадискурса, включая дискурс развлекательный, в работах Э.Г. Багирова, М.А. Бережной, Ю.А. Богомолова, Р.А. Борецкого, П. Бурдые, В.М. Вильчека, Р.Д. Копыловой, Г.В. Кузнецова, Н. Лумана, М. Маклюэна, О.Ф. Нечай, В.С. Саппака, В.А. Шкуратова, А.Я. Юровского; вопросы языковой игры в работах [1–3] и ряде других исследований. Однако, насколько нам известно, тема, заявленная в заглавии статьи, как таковая еще не исследовалась.

Целью статьи является описание тех наиболее типичных трудностей в профессии переводчика (как лингвистических, так и экстралингвистических), которые становятся предметом отражения в развлекательном теледискурсе. Для достижения цели мы ставим перед собой следующие задачи: определение понятия развлекательного дискурса; отбор фактического материала исследования (отдельные программы, отражающие профессию переводчика); анализ экстралингвистических составляющих профессии переводчика; анализ переводческого материала, вызывающего смех аудитории, и предложение адекватного перевода.

Изложение основного материала. Следуя указанным задачам, обратимся к понятию развлекательного дискурса. Рассматривая последний с позиций лингвистического подхода, мы можем говорить о нем как об особом дискурсивном явлении, своеобразной лингвистической категории, сочетающей в себе признаки различных видов институционального дискурса, когда речь может идти о развлекательных передачах, викторинах, кви-зах и т. п. Термин «развлекательный» предполагает наличие осо-

бого пространства, целенаправленно создаваемого при помощи экстралингвистических и лингвистических средств, в котором существует возможность интерактивного общения собеседников. Таким образом, мы определяем развлекательный дискурс как совокупность текстов, объединенных архиметой «развлечение» и реализованных в телевизионном пространстве, предполагающем интерактивное общение коммуникантов.

Своеобразие речевого общения участников развлекательного дискурса заключается в использовании определенных стилистических приемов, в комбинации лексических единиц, относящихся к разным стилям и регистрам, образованным в соответствии с прагматическими установками и целями общения. Для изучения отражения особенностей профессии переводчика нами были проанализированы отдельные выпуски программ «Камеди клуб» (2012 год, выпуск 345, 2013 год, выпуски 2 и 3). Общая длительность проанализированных программ составила около 60 минут (comedyclub.tnt-online.ru/s08e22, <https://rutube.ru/.../ca9789e4413f2a90e18acd5bf12e1>).

Обратимся к анализу образа переводчика в указанных программах. Сюжет одного из эпизодов выпуска 345 сводится к следующему. Директор театра юного зрителя планирует участие своей труппы в европейском театральном фестивале, который будет проходить в Ливерпуле. С помощью переводчика, проработавшего 10 лет в МИДе, директор ведет переговоры с представителем принимающей стороны, щедро пересыпая свою речь идиомами и реалиями.

Отметим как положительные, так и отрицательные черты образа переводчика в данном контексте. Прежде всего бросается в глаза ироническое или даже отрицательное отношение к представителю интересующей нас профессии. К положительным чертам переводчика отнесем достойный внешний вид (костюм, белая рубашка, галстук-бабочка, платочек в кармане в тон), умение достойно вести себя, без излишней фамильярности или лакейства, грамматически и фонетически правильная речь (использование так называемого EuroEnglish – «дистиллированного» английского языка без диалектизмов, сленгизмов и подобных единиц).

Однако следует отметить и нарушение переводчиком ряда требований к профессионалу, например, не была осуществлена предварительная подготовка к выполнению своих функций (переводчик в эпизоде о гастролях театра юного зрителя ожидал начала работы в течение достаточного долгого времени, однако не счел для себя необходимым хотя бы в общих чертах ознакомиться с репертуаром театра и соответствующей лексикой).

Перейдем далее непосредственно к лингвистической составляющей интересующих нас звучащих текстов. Основные проблемы, не позволившие переводчику успешно выполнить свои функции, сводятся к следующему:

- перевод безэквивалентной лексики, в частности реалий;
- перевод фразеологических единиц;

– перевод номинативных единиц (в данном случае названия представлений в театре юного зрителя).

Перечислим далее те лингвистические единицы, которые встретились в анализируемых нами развлекательных передачах, обозначив предложенный актерами перевод и его возможный, на наш взгляд, правильный вариант.

Таблица 1

Перевод реалий

Реалия	Перевод в эпизоде	Правильный перевод
Кисель	Russian plasma drink	Kissel, jelly fruit
Ряженка	Very old milk	Ryazhenka, baked fermented milk
Квас	Bread water	Kvass, soft drink made of bread
Сафьяновые сапожки	Safyanovsk	Morocco boots
Армяк	Переводчик не может представить никакого варианта перевода	Coat
Кушак		Belt
Плеть		Lash, scourge
Шашка		Sabre
Кокошник		Kokoshnik, Russian female headware
Дымковская игрушка		Dymkovo folk toy

Как видно из таблицы, реалии следует переводить с помощью транскрипции и описательного перевода. Смех в данной ситуации вызывает выбор переводчиком абсолютно неадекватных аналогов.

Таблица 2

Фразеологизмы и их перевод

Фразеологизм	Перевод в эпизоде	Правильный перевод
Милости прошу к нашему шалашу	Welcome to our scout house	Welcome to our (my) humble abode. Come in and share the meal with us
Лиха беда начало	Crazy trouble beginning	The first step is the hardest. Good begun is half done
На фига козе баян	Why does a goat need an accordion	Why does a fish need a bicycle? Like a bastard at a family reunion As welcome as snow in harvest As welcome as water in (one's) shoes
Мы себя не на помойке нашли	We didn't find ourselves on the garbage	To know one's own worth
Ты мне зубы не заговаривай	Don't speak with my teeth	Pull one's leg
Не вешай лапшу на уши	Don't put spaghetti on his ears	Pull the wool over smb ears Don't try to bullshit me
Намотай себе на ус	Twist on your moustache	Take a good note of it
Назвался груздем – полезай в кузов	If you call yourself a forest mushroom, go to my pick-up	Over shoes, over boots In for a penny in for a pound
Баба с возу – кобыле легче	If a woman goes from the horse the horse goes faster	Good riddance (to bad rubbish)
Уставиться, как баран на новые ворота	Look like a sheep on new gates	Stare like a stuck pig
Етить колотить	To fuck to beat	Dog your cats

Как видно из приведенных примеров, смех вызывает буквальный, дословный перевод фразеологизмов, предложенный персонажем эпизода. Правильный перевод должен осуществляться путем подбора эквивалентов или описательным способом.

Таблица 3

Название спектаклей и сказочных персонажей

Название	Перевод в эпизоде	Правильный перевод
Колобок	Big Tasty Boy	Roly-poly Rolling Bun
Сказка о попе и работнике его Балде	The tale of a church manager and his slave Balda	The Tale of the Priest and of His Workman Balda
Конёк-Горбунук	Horse with osteochondrose	The Humpbacked Horse или The Little Magic Horse
Соловей-Разбойник	Переводчик не переводит	Nightingale the robber
Муха-Цокотуха	Fly tsokotfly	Buzzy busy fly
Айболит	Oops I have a pain	Doctor Powder-pill
Федорино горе	Sorrow of Fedora	Fedora sorrow
Леший	Переводчик не переводит	Sylvan
Кикимора	Переводчик не переводит	Hobgoblin
Иван-дурак	Переводчик не переводит	Simple Simon
Кощей	Переводчик не переводит	Skinny the Immortal
Мымра	Переводчик не переводит	Scank

Как видно из представленной таблицы, следует использовать устоявшиеся варианты перевода литературных произведений, которые опубликованы. Переводчик не имеет фоновых знаний; работая в МИДе, он далек от детской литературы и не провел предварительную подготовку.

Обратим внимание еще на один особый случай создания юмористического эффекта в описываемом эпизоде: требуя точного перевода, директор театра начинает предложение со слова «Если», которое переводчик переводит как IF, но клиент меняет слово на «Ежели», на что переводчик механически реагирует словом IFELI, представляющее собой контаминацию английской основы и русского аффикса. Правильными вариантами перевода были бы слова «Provided» или «Providing».

Выводы. Проведенное нами исследование дает возможность выделить те проблемы, которые являются наиболее заметными «извне» в деятельности переводчика. Обучение переводу идиом, реалий, единиц номинации объектов культуры должно занять важное место при подготовке будущих переводчиков. Перспективы дальнейшего исследования мы видим в изучении и классификации лингвистической базы создания юмористического эффекта при воплощении представителей других профессий в развлекательном теледискурсе.

Литература:

1. Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения / автореф. дисс. ... доктора филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / С.Н. Ильченко. – М., 2012. – 36 с.
2. Косюк О.М. Розважальна функція електронних засобів масової комунікації: світовий контекст та національні особливості : автореф. дис. канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналистика» / О.М. Косюк. – Львів, 2006. – 22 с.
3. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 547 с.

Панченко С. А. Професія перекладача як предмет розважального телевізійного дискурсу

Анотація. У статті подано огляд проблем перекладу, які зображено у розважальному телевізійному дискурсі. Проаналізовано особливості перекладу фразеологічних одиниць, реалій, одиниць номінації, які дають змогу створення гумористичного ефекту.

Ключові слова: переклад, художній переклад, дискурс, розважальний дискурс.

Panchenko S. Translation Profession Entertainment Television Discourse Object

Summary. The article provides an overview of the translation problems, which are depicted in the entertainment television discourse. The features of the transfer of phraseological units, the realia, nomination units enable the creation of comic effect.

Key words: translation, literary translation, discourse, discourse of entertainment.

Синявская О. Е.,
кандидат филологических наук
преподаватель кафедры иностранных языков
Киевского национального университета технологий и дизайна

ОБРАЩЕНИЕ К ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В НЕЙМИНГЕ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Аннотация. В статье представлен анализ русских коммерческих наименований товаров XIX – XXI веков, которые содержат указание на потенциального потребителя именуемого продукта. Описаны специфические для каждого периода способы разработки подобных наименований и традиционные для российского нейминга виды номинаций.

Ключевые слова: нейминг, коммерческое наименование, целевая аудитория потребителей, диахронический анализ.

Стремительное развитие процессов номинации в коммерческой сфере, постоянное увеличение количества наименований товаров привели к необходимости в разработке наиболее эффективных номинаций. К числу таких можно отнести наименования, основанные на обращении к целевой аудитории потребителей, поскольку они создаются специально с целью привлечь к именуемому товару внимание определенной группы потребителей. Исследование истории использования обращения к целевой аудитории потребителей в нейминге позволит зафиксировать специфические для определенного периода способы номинации, а также проследить традиционные линии преемственности, выдержавшие проверку времени и, следовательно, оказавшиеся наиболее эффективными.

Диахроническое изучение коммерческих наименований, начиная с XIX века – периода, когда в связи с бурным развитием торгово-промышленной деятельности значительно возросла роль коммерческого наименования в реализации товара на рынке, до сегодняшнего дня, когда номинации коммерческой сферы превратились в мощное средство суггестивного воздействия на потребителя, представлено лишь отдельными тезисами в работах по истории коммерческой рекламы (К.В. Аржанов, А.А. Грабельников, Н.Н. Гудкова, В.Л. Мацежинский, Н.В. Паршук, Т.А. Пирогова, Н.В. Слухай, Н.В. Старых, В.В. Ученова и др.). В это же время исследование истоков становления и развития коммерческого наименования позволяет определить линии преемственности и сформировать целостное представление о современном состоянии коммерческого нейминга.

В дореволюционном нейминге наблюдалась тенденция к разграничению потребителей на основе их материального положения: указание на невысокую стоимость товара и употребление разговорной лексики в названии апеллировало, как правило, к потребителю с небольшим уровнем достатка (например, папиросы «Даромъ», «Тары-Бары»). Подобные названия значительно контрастировали с наименованиями дорогих сортов табака, рассчитанных на более состоятельных потребителей (например, папиросы «Королевскія», «Царскія»).

В наименованиях потенциальный потребитель товара может называться как прямо (например, карамель «Дамская»,

«Дѣтская карамель»), так и косвенно, с помощью лексем, ассоциативно связанных с определенной целевой аудиторией (например, табачные изделия «Флиртъ»: «*Дамы специально для Васъ выпущены Т-вомъ «ЛАФЕРМЪ» папиросы «Флиртъ» 10 шт. 10 к.»*).

В дореволюционных коммерческих наименованиях активно эксплуатировались темы различных увлечений, характерных для той или иной группы потребителей. Так, мода на гадания и предсказания в XIX веке обусловила появление ряда коммерческих наименований, адресованных, как правило, основным участницам этих действий – женщинам (например, табачные изделия «Гадалка», кондитерские изделия «Карточная. Съ предсказаниями», «Оракулъ. Предсказывающій будущее»). К женской целевой аудитории часто обращены также коммерческие наименования, содержащие женские личные имена (например, табачные изделия «Ада», «Діана», «Ева») и различные обозначения лиц женского пола (например, конфеты «Веселая вдова», «Красавица», «Соломенная вдовушка», «Субретка»). Дореволюционная реклама табачных изделий также часто сопровождалась изображением женщин и была направлена как на мужскую, так и на женскую аудиторию потребителей.

Большинство дореволюционных наименований товаров, преимущественными покупателями которых являлись мужчины, как правило, были выражены лексемами, обозначающими лица мужского пола (например, табачные изделия «Бурлаки», «Оттоманъ», «Дядя Костя», конфеты «Семь блаженствъ холостыхъ»), названиями локусов, характерных для мужского досуга (например, табачные изделия «Баръ»), прилагательными, указывающими на высокую социальную значимость именуемого продукта (например, табачные изделия «Важная», «Эффектная», «Козырная»).

С детской целевой аудиторией были связаны дореволюционные наименования, непосредственно указывающие на нее (например, «Дѣтская карамель», «Шоколадъ для дѣтей»), созданные с помощью эмоционально-оценочной лексики (например, конфеты «Дети шалуны», «Шалуны»); содержащие уменьшительно-ласкательные суффиксы (например, конфеты «Зайчикъ Степанчикъ», «Мурочка»), образованные с помощью слов, ассоциативно связанных с детьми (например, карамель «Азбука», «Азбучная»). Ориентация на детей часто передавалась с помощью использования названий сказок и имен сказочных персонажей (например, кондитерские изделия «Василиса Прекрасная», «Добрая Фея», «Золотая рыбка»). Употребление звукоподражаний в качестве номинаций (например, конфеты «Кись Кись», «Тра-та-та», «Цыть-Цыть») также несло косвенное указание на детскую целевую аудиторию. Большое количество товаров дореволюционного периода, рассчитанных на детскую аудиторию, помимо наименования, обладали дополнительными средствами привлечения внимания детей:

размещением на упаковке товаров фрагментов сказок, стихотворений, загадок, ребусов, схем поделок и т. д.

При разработке названий для товаров теоретики советской рекламы отмечали, что «невозможно начать работу над рекламным текстом, не определив его адресата. Любая реклама любого товара должна обращаться не ко всей массе потребителей в целом, а к отдельной, вполне определенной группе, потенциально заинтересованной в приобретении того или иного товара» [1, с. 23].

Позиционирование Советского Союза как социалистического государства рабочих и крестьян нашло частичное отражение также в коммерческих наименованиях, направленных именно на этот класс общества (например, конфеты «Профсоюзные», «Работница», табачные изделия «Кооперативные», «Пролетарские», «Рабоче-крестьянские»). Развитие народного хозяйства и просвещение народных масс, к которому стремилось советское государство, частично передавалось в серии коммерческих наименований, адресованных крестьянам (например, кондитерские изделия «Крестьянка», «Крестьянская», «Народный», «Селянская», пиво «Народное», табачные изделия «Народные», кофе «Народный»), часто сопровождающихся различными информационно-просветительскими сведениями.

Несмотря на постулирование социального равенства в Советском Союзе, некоторые коммерческие наименования, в зависимости от качества именуемой продукции, демонстрировали ориентацию на определенные сословия граждан. Например, для папирос высшего сорта, как правило, использовалась иноязычная лексика («Д'ор», «Ориент», «Селям»), лексика с семантикой престижности («Делегатские», «Магнат», «Полпредовские», «Посольские»), лексика с семантикой новизны (например, «Новинка», «Новость», «Новые», «Премьера», «Прима»), лексика с семантикой исключительного качества (например, «Шедевр», «Триумф»), лексика, апеллирующая к названиям советских фильмов, театральным и литературным произведениям («Аэлита», «Зангезур», «Мисс-Менд», «Рычи, Китай!», «Эсмеральда»). Дешевые сорта, предназначенные для широких масс потребителей, имели тенденцию к снижению вербального образа товара: использовались общепотребительные слова («Бокс», «Кино», «Сноп», «Союз», «Шутка»), разговорная лексика и выражения («Гривенники», «Резвушка», «Тары-Бары», «Фарт», «Червонец», «Шуры-Муры») и восклицания («Епсель-Мопсель», «Ой-Ой»).

Ориентация коммерческих наименований на детскую целевую аудиторию в советский период могла быть выражена прямо, с помощью лексемы «детский» (например, конфеты «Детские забавы», «Детская прогулка», «Детский ирис», «Детский музыкальный театр»). Наименования могли указывать на детскую целевую аудиторию косвенно, с помощью лексики с выраженным эмоционально-оценочным компонентом (например, конфеты «Бэби», «Крепыш», «Крошка», «Куколка», «Лялька», «Лихач», «Миньон», «Сорванец», «Шалуныя»), лексем, связанных с детскими играми (например, конфеты «Игрушки», «Загадка», «Забава») и деминутивов (например, напитки «Анюта», «Веснушка», «Ветерок», «Солнышко»). Апелляция к детской целевой аудитории достаточно часто передавалась с помощью наименований, содержащих названия известных сказок, сказочных и мультипликационных героев (например, напитки «Буратино», «Винни Пух», «Колобок», «Мальвина», «Морозко»). Некоторые кондитерские изделия содержали так-

же фрагменты тех сказок, названия которых использовались в качестве коммерческих наименований. На привлечение внимания детской аудитории было направлено также создание рифмованных названий (например, ирис «Кис-кис», конфеты «Пти-пти», «Терем-теремок», «Тик-так», «Шары Шуры», карамель «Санки-самокатки», «Цып-Цып»).

Отдельная группа коммерческих наименований была рассчитана на участников пионерского движения, широко распространенного в СССР (например, конфеты «Пионерия», «Пионеры»). Поскольку одной из важнейших задач советского государства являлось правильное развитие молодого поколения в духе социализма, многие коммерческие наименования, адресованные молодежи, содержали различные воспитательные лозунги.

Многие названия табачных изделий советского периода были рассчитаны на женскую целевую аудиторию и содержали обозначения лиц женского пола и женские личные имена (например, «Делегатка», «Ева», «Катюша», «Комсомолка», «Набивица», «Октябрина», «Стюардесса»). В составе советских коммерческих наименований, апеллирующих к мужской аудитории, можно выделить несколько тематических групп: «авторитетное лицо» (например, табачные изделия «Лидер», «Атаман», «Магнат»); «военная тематика» (например, табачные изделия «Гвардейские», «Армейские», «Лейтенантские»); «лица, обладающие особой физической силой» (например, табачные изделия «Богатыри», пиво «Витязь», алкогольный напиток «Казачье»); «мужские личные имена» (например, пиво «Афанасий», табачные изделия «Максим»); «политическая тематика» (например, табачные изделия «Губернатор», «Делегатские», «Депутатские»); «профессия/занятие» (например, табачные изделия «Бурлак», «Горняк», «Моряк», «Менеджер»).

Наиболее простым способом организации контакта между именуемым субъектом и адресатом является использование идентификационных формул, то есть языковых оборотов, с помощью которых потребитель может отождествить себя с производителем или его продукцией. Например, употребление в составе названий притяжательных и личных местоимений, которые подчеркивают единство собеседников и дают возможность приблизить именуемый товар к потребителю (например, соки «Мой», пиво «Свои да Наши», молоко «Наша коровка»). По мнению Н.И. Голуб, «функционально-стилевая специфика местоимений (особенно личных) заключается в том, что они являются неотъемлемой составляющей разговорного стиля» [2]. Подобные наименования рассчитаны на максимальное количество потребителей.

В современном нейминге прямое выражение целевой аудитории товара в его названии является малопродуктивным (например, пиво «Студенческое»). Зафиксировано небольшое количество наименований, которые содержат лексемы, называющие конкретную демографическую группу потребителей (например, конфеты «Детям», шоколад «Детский», сок «Малышам»). Чаще встречаются номинации, апеллирующие к предельно широкой аудитории (например, водка «Для друзей», сигареты «Народные», минеральная вода «Семейная»).

В зависимости от специфики самого товара и закрепленной в сознании потребителя длительной практикой его именованья определенным образом указание на целевую аудиторию может быть опосредованным. Так, например, для наименования продукции премиум-класса зачастую используется иноязычная лексика (кондитерские изделия «Белисси-

мо», «Богема», «Бон Пари»). Названия водки «Дешевая» и чая «Экономи» прямо указывают на потребителей с низким уровнем достатка. Подобные номинации немногочисленны в современном нейминге.

Возрастная категория целевой аудитории также является важным фактором, регулирующим создание, продвижение и позиционирование коммерческих наименований. Названия, представляющие товары и услуги для детей, включают в себя лексические компоненты, построенные по принципу детской речи (например, «Агуша», «Амка»). Ориентация на детскую целевую аудиторию довольно часто передается с помощью номинаций, общим семантическим компонентом которых является «отнесенность к миру волшебства и сказок» (например, конфеты «Принцесса на горошине», шоколад «Палочка-выручалочка», минеральная вода «Сказочный лес»). С детской аудиторией также соотносятся названия с выраженным эмоционально-оценочным компонентом (например, шоколад «Проказница», «Сорванец», конфеты «Карапуля», «Лапушка»). Продукты с детской целевой аудиторией традиционно маркируются названиями – личными именами с диминутивами (например, молоко «Антошка», «Ксюша», «Машутка», «Миронушка», «Настенька») и лексемами с уменьшительными аффиксами (детские напитки «Красавчик», «Любимчик», конфеты «Солнечный венок»).

Названия товаров для подростков ориентируются на языковую действительность этой группы потребителей. Группа номинаций, которая косвенно указывает на подростков и молодежь, представлена коммерческими номинациями – лексемами из молодежного жаргона (например, шоколадные батончики «Джинс», «Финт», конфеты «Классные», «Клёво», сок «Прикольная клубника», «Очумелая клубника», коктейль «Патсталом», «Превед, медвед!», «Ржунимагу»). По мнению И.В. Крюковой, «подобные наименования служат своеобразным кодом, ориентированным на потенциального потребителя продукта, и выполняют тем самым эпilingвистическую функцию – функцию опознания принадлежности к данной группе» [3, с. 5].

Большинство названий товаров, преимущественными потребителями которых являются мужчины, выражены лексемами, обозначающими лиц мужского пола на основании различных семантических признаков: «военное звание» (пиво «Адмирал», водка «Командарм», «Настоящий полковник»); «времяпровождение/занятие» (водка «НЗ туриста», «НЗ рыбака», «НЗ охотника»); «высокий статус/принадлежность к кругу избранных» (пиво «Аристократ», водка «Буржуй», «Олигарх»); «дружеские и семейные отношения» (водка «Амиго», пиво «Во, брат!», «Сябар»); «место проживания/национальность» (пиво «Вятч», «Волжанин», «Россиянин»); «мужские личные имена» (пиво «Афанасий», «Макарий», водка «Кузьмич»); «особенности внешности/комплексии» (пиво «Толстяк», «Усач»); «политическая деятельность» (пиво «Губернатор», водка «Дипломат», «Либерал»); «профессия/призвание» (пиво «Байкер», «Старый мельник», водка «Банкирь»); «физическая сила» (пиво «Богатырь», «Витязь», «Гладиатор»). Отдельную подгруппу составляют наименования, воплощающие средства оформления речи и понятия, свойственные маргинальной языковой культуре и, как правило, именующие различные категории спиртных напитков: например, «Бабыня доля», «Белочка» (водка с изображением страшной белки с неровными зубами и слоганом «Я

пришла!»), «Буратино» (слоган: «Почувствуй себя дровами»), «Дура», «Елки-палки», «Йошкин кот», «Порожняк», «Толстый фраер». Подобные коммерческие наименования носят патогенный характер и оказывают негативное воздействие на языковой вкус потребителей. Как отмечает А.Д. Шмелев, вторжение блатной, сниженной лексики ведет к деформации языковой картины мира «неприметным образом циническое представление о мире подается как нечто само собою разумеющееся, не имеющее альтернатив» [4, с. 26–27]. Тем более опасно появление подобных языковых единиц среди коммерческих наименований продуктов потребления, предполагающих многократное тиражирование и, как следствие, широкое распространение.

Использование в качестве коммерческих номинаций национально маркированной лексики также апеллирует к определенной целевой аудитории, поскольку, помимо указания на место изготовления товара, она также несет дополнительную смысловую нагрузку, понятную только носителям определенного национального сознания. В условиях большого количества производителей и высокой конкуренции на рынке товаров использование национально маркированной лексики в качестве номинаций довольно эффективно, поскольку подобные коммерческие наименования воспринимаются как своеобразные маркеры национальной культуры, обеспечивающие самобытность определенного социума в сравнении с другими. Их прагматический эффект направлен на актуализацию первого компонента аксиологической оппозиции «свой – чужой» (например, сигареты «Золотое кольцо», водка «Валенки», «Гжелька», «Завалинка», «Золотник», «Матрешка», «Полтина»). По мнению О.Е. Яковлевой, «специфика национально маркированных коммерческих наименований определяется в основном на уровне коннотативного значения, которое дополняет денотативно-сигнификативное и содержит весь спектр ассоциаций, образов, эмоций, оценок, а также ценностных ориентиров, которые могут быть актуализированы в конкретной речевой ситуации. Особую роль в составе коннотативного значения играет лингвокультурная информация, обеспечивающая адекватное восприятие коммерческого наименования как лингвокультурного знака. Такое восприятие базируется на тождественности уровня лингвокультурной компетенции неймера и потребителя» [5, с. 151].

В качестве русских наименований активно используются понятия из советских реалий. Они утратили актуальность для того периода денотацию и ассоциации с установками идеологии и пропаганды (например, шоколад «Красный Октябрь», водка «Буденовка», коктейль «Перестройка», сигареты «Пролетарские»). Несмотря на то, что, как отмечает М.В. Голомидова, «семантическое наполнение деидеологизированного прецедентного знака советской эпохи подвергается модификации в коммерческом дискурсе, теряя нежелательные ассоциации и выводя восприятие на уровень позитивной оценки» [6], в современных условиях подобные наименования часто имеют остро социально-политическую направленность.

Чаще всего использование дореволюционных и советских наименований сопровождается определенной иронической окраской, происходит снижение имени с высокого официально-государственного уровня до повседневно-бытового (например, пиво «Совдеповское», коктейль «Слез комсомолки», водка «Графинчик Главспирттреста», «Неболтайка» (слоган: «Ты надежно ее спрятал?»)). Использование советских

революционных символов при создании современных коммерческих наименований для алкогольных напитков способно создавать эффект нарочитой провокации, эпатажа. Например, названия водки «*Ленин в разлив*» и коктейлей «*Мозг Ленина*», «*Ленин капут*» свидетельствуют о том, что образ вождя мирового пролетариата превратился в популярного персонажа, «главные качества которого – широкая известность, неоднозначная слава (ореол, которым обычно окружены и звезды масс-культуры), а также некоторый революционный (понимаемый как бунтарский, а значит, и молодежный) настрой» [6].

Таким образом, коммерческие наименования, содержащие указание на целевую аудиторию потребителей, обладают высоким потенциалом прагматического воздействия, поскольку создаются специально с целью привлечь внимание определенной категории целевых потребителей. Коммерческие наименования данного типа являются наиболее продуктивными и разработанными в современном нейминге. Они охватывают языковые предпочтения различных групп потребителей: социальной, возрастной, гендерной, национальной. В целом учет целевой аудитории при разработке коммерчески релевантных наименований является эффективным средством создания эмоционального контакта между именуемым субъектом и адресатом. В этой связи уместно вспомнить высказывание М.М. Бахтина: «Всякое слово является двусторонним актом. Оно в равной степени определяется тем, чье оно, так и тем, для кого оно. Оно является как слово именно продуктом взаимоотношения говорящего со слушающим» [7, с. 94].

Литература:

1. Петрова И. Критерии оценки текстов / И. Петрова // Реклама: теория, методика, практика. – № 3(32). – 1976. – С. 22–26.
2. Голуб И.Б. Стилистика русского языка / И.Б. Голуб. – М. : Айрис пресс, 2005. – 288 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook028/01/part-023.htm>.
3. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : дисс. ... д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / И.В. Крюкова. – Волгоград, 2004. – 360 с.
4. Шмелев А.Д. Ложная природа и подлинная беда / А.Д. Шмелев // Отечественные записки. – № 2(23). – 2005. – С. 18–35.
5. Яковлева О.Е. Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания) : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / О.Е. Яковлева. – Новосибирск, 2006. – 246 с.
6. Голомидова М.В. Прецедентные знаки советского времени в современной коммерческой номинации / М.В. Голомидова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : lingvo.wp.kspu.ru/upl_rlc/ItoGolomidova.doc.
7. Волошинов В.Н. Марксизм и философия языка: основные проблемы социологической науки о языке / В.Н. Волошинов (М.М. Бахтин). – М. : Лабиринт, 1993. – 191 с.

Синявська О. Є. Звернення до цільової аудиторії споживачів в неймінгу: традиції та сучасність

Анотація. У статті подано аналіз російських комерційних найменувань товарів XIX – XXI століть, які мають вказівку на потенційного споживача продукту, що йменується. Описані специфічні для кожного періоду способи розробки подібних назв та традиційні для російського неймінгу види найменувань.

Ключові слова: неймінг, комерційна назва, цільова аудиторія споживачів, діахронічний аналіз.

Sinyavskaya O. Appeal to the potential consumer in naming: tradition and modernity

Summary. The article deals with the issue of the Russian commercial names XIX-XXI centuries, which contain an indication of the potential consumer of the product referred to. We describe the specific methods for each period of the development of similar naming, and traditional naming types.

Key words: naming, commercial name, target audience of consumers, diachronic analysis.

Стеценко Н. М.,*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри російського і українського мов
Донецького національного технічного університету*

ПРИЕМЫ ИНФОТЕЙНМЕНТА В НОВОСТНОМ МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ

Аннотация. В статье рассматриваются различные приемы инфотейнмента в новостных графических СМИ. Выделяются такие способы повышения «развлекательности» новостных публикаций, как наличие в заголовочной позиции медиатекста разговорных и просторечных слов, метафор, прецедентных феноменов, иронических высказываний, цитат медиаперсон.

Ключевые слова: новостной медиатекст, оценочные элементы текста, воздействие в СМИ, метафоры, просторечная лексика, ирония.

Постановка проблемы. Жанровое своеобразие новостных (информационных) медийных текстов обусловлено стремлением к объективности излагаемой информации, отсюда ограничение на использование экспрессивной лексики и стилистически нейтральные языковые средства, создающие впечатление фактологичности текста (З. Вайшенберг, Ю.С. Воротникова, Ф.Т. Грозданов, Т.Г. Добросклонская, К.Д. Кирия, М.Л. Ковальчукова, А.В. Колесниченко, Ю.В. Шемелина и др.). Вместе с тем исследования современной медиаречи убедительно доказывают, что новостные медиатексты в наше время могут содержать разнообразные средства, не свойственные нейтральному изложению новостей (Т.С. Дроняева, Н.Н. Панченко, Т.А. Присяжнюк, А.А. Негрышев, А.Ш. Сафаргалина, С.И. Сметанина, Н.С. Цыбикова и др.). Полагаем, что это явление обусловлено ролью инфотейнмента – сплава информирования и развлечения [1] – в современных СМИ.

Акцент на развлекательном моменте события является строевым элементом другой функционально-жанровой разновидности медийных текстов – художественно-публицистических («feature») [2], поэтому исследование приемов инфотейнмента в новостных медийных текстах представляется интересной и актуальной задачей в области медиалингвистики.

Современные разработки, касающиеся научного подхода к проблеме инфотейнмента, рассматривают интерпретацию термина в отечественных и зарубежных исследованиях (Е.Ю. Агамян, Л.А. Васильева, Д.А. Еремина, А.Н. Филиппова и др.). Заслуживают внимания работы, исследующие инфотейнмент как явление современной медиакультуры (А. Августинайтис, 2004, Е.М. Драгун, 2015). Значительное количество работ посвящено явлению инфотейнмента в зарубежных телевизионных новостях (Д. Туссу «Новости как развлечение: подъем глобального инфотейнмента», 2007). Особенности инфотейнмента на русских и украинских телевизионных каналах рассматриваются в статьях Н. Зоркова (2005), А.А. Деникина (2008), В.А. Колотаева (2012), В.Е. Загороднюк (2012), Е.Ю. Агамян (2014), Н.В. Чаган (2014) и др. Инфотейнмент как стратегия структуризации социокультурного пространства Интернет анализируется в статье Л.С. Яковлева, Е.В. Потехиной (2016). Для настоящего исследования необходимо отметить изданную в 2012 г.

Ули Бернхардом книгу «Инфотейнмент в газете», в которой поднимается вопрос о распространении указанного термина на прессу политической тематики. Бернхард предлагает понимать под инфотейнментом «попытку журналистов повысить развлекательный потенциал изначально политической информации с помощью соответствующих структурных и содержательных средств оформления и представления» [1]. Медиатекстам прессы в формате инфотейнмента посвящена статья А.С. Жукова (2014). Следует подчеркнуть, что существующие исследования не уделяют должного внимания явлению инфотейнмента в современных графических масс-медиа [3]. В связи с этим очевидна необходимость комплексного осмысления феномена инфотейнмента в медийных текстах, воспринимаемых зрением.

Целью статьи является исследование приемов, при помощи которых автор новостной публикации делает подачу информации развлекательной. Объектом нашего исследования стали новостные медийные тексты русскоязычных версий интернет-сайтов украинских информационных агентств УНИАН, Укринформ, Интерфакс-Украина. Предметом исследования являются различные приемы инфотейнмента в современном новостном медийном тексте.

Изложение основного материала исследования. Термин «инфотейнмент» введен американским исследователем Н. Постманом в 1985 г. (книга «Забавляясь до смерти») [4, с. 10] и образован путем аббревиации двух английских слов: INfOrmation (информация) и enterTAINMENT (развлечение). Историю возникновения инфотейнмента в масс-медиа связывают с изменением интересов потребительской аудитории в современном мире. Согласно мнению исследователей инфосферы (М. Кастельс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер и др.), современное общество все менее интересуется социальными явлениями и проблемами и все более испытывает потребность в развлекательной информации. Появление инфотейнмента в американских масс-медиа связывают с усталостью общества от серьезных новостей: «жесткая» новость перестала привлекать потребителей медиainформации [5]. Кроме того, социологические исследования подтвердили, что потребители новостей усваивают только около 25% транслируемой информации. Одной из причин этого является то, что при восприятии медийной продукции когнитивные процессы играют для реципиента менее важную роль, чем эмоциональная составляющая [1]. Таким образом, использование элементов «развлекательности» при распространении новостной информации в условиях коммерциализации современной прессы становится очевидной стратегией любого издателя: инфотейнмент значительно повышает востребованность новостной информации.

Как симбиоз информации и развлечения инфотейнмент является стилем преподнесения сообщения, когда серьезные события, действия, или идеи подаются в развлекательной, не-

принужденной, легкой, даже ироничной форме или с оттенком развлекательности; то есть инфотейнмент является формой, а не содержанием [6, с. 131] новостного медийного текста.

Влияние инфотейнмента на содержание новостной публикации характеризуется тем, что объектом внимания медиаавтора становится не только суть явлений, событий, но и яркие детали происходящего, иногда не имеющие особого значения для раскрытия темы, но обогащающие сюжеты образно и эмоционально. Особым признаком инфотейнмента является то, что социальные и политические изменения начинают иллюстрироваться через изображение конкретного («частного») человека. На уровне предъявления информации вслед за Н. Зорковым выделяем такие приемы этого явления, как яркая образность, преднамеренное упрощение информации, языковая игра и ирония [7]. Полагаем также обоснованным утверждение Д.А. Ереминой о том, что понятие инфотейнмента в прессе не тождественно понятию «таблотидаизация», но под этим явлением газетного рынка следует понимать проникновение «нового синтетического типа содержания» в печатные издания, которые изначально не являлись таблоидами [1].

Нейтральность и объективность новостных (информационных) медийных текстов в связи с либерализацией современных СМИ под влиянием инфотейнмента даже в качественной прессе претерпевает значительные изменения. Теперь новостные публикации могут содержать языковые средства, не свойственные объективному изложению новостей. Так, в исследованиях Л.Р. Дускаевой, Н.А. Корниловой указывается на наличие в современных информационных медиатекстах образных слов, оценочности, ироничных словосочетаний [8].

Таким образом, к приемам инфотейнмента в современных новостных публикациях отнесем такие лингвистические приемы, позволяющие увеличить «развлекательность» новостной информации, сделать ее изложение более непринужденным, как использование разговорной и просторечной лексики; употребление ироничных высказываний; применение прецедентных единиц и метафор; цитирование медиаперсон.

На основе примеров украинских русскоязычных медийных текстов проиллюстрируем выделенные приемы инфотейнмента, подчеркнув тот факт, что преимущественное их количество сосредоточено в заголовке медиатекстов. Сильная позиция заголовка максимально используется автором публикации для привлечения внимания читателя, поэтому именно здесь сконцентрированы всевозможные приемы, обладающие воздействующим потенциалом. Отметим тот факт, что в заголовочную позицию может выноситься не фрагмент информации текста, а его вариант, интерпретированный автором. Например, заголовок «Яценюк *похвастался* ростом экономики в четвертом квартале 2015 года» соответствует тезису текста «...есть *первые признаки стабилизации* экономики...» (УНИАН, 16 февраля 2016 г., 16:57).

Разговорная и просторечная лексика. В новостном медиатексте разговорные элементы на фоне нейтральной лексики становятся средством развлекательности, поскольку придают языку непринужденность, привнося в нейтральный стиль изложения элементы устного общения. Например, разговорные слова, образованные путем универбации: 1) «Минрегион вычислил «среднюю» *платежку* в отопительном сезоне» (Укринформ, 19 февраля 2016 г., 12:33); 2) «Украина будет поставлять мясо в ОАЭ. На очереди – мед, *молочка* и *кондитерка*» (Укринформ, 29 февраля 2016 г., 14:27). Мощным прагматическим

потенциалом обладают также просторечные слова, которые используются в новостной речи. По справедливому замечанию исследователей масс-медийного языка, демократизация языка СМИ и связанные с ней тенденции к огрублению речи позволяют реализовать более мощную, по сравнению с соответствующими им нормативными оценочными элементами, эмоциональную реакцию на происходящее вокруг и, следовательно, оказывать более эффективное манипулятивное воздействие на адресата [9, с. 189]. Например: 1) «Яворивского «достала» реклама Таможенного союза» (заголовок). «В Верховной Раде *зарегистрирован проект постановления «О запрещении политической рекламы Таможенного союза в Украине»* как носящей антигосударственный характер...» (текст) (УНИАН, 22 февраля 2013 г.); 2) «Кабмину рассказали, как госкомпания *«прохлопала» \$200 тысяч на китайском кредите»* (заголовок). «Государственная продовольственно-зерновая корпорация Украины *потратила 200 тысяч долларов на резервирование китайского кредита в сумме 1,5 миллиарда долларов»* (подзаголовок) (Укринформ, 18 марта 2016 г., 15:41). Просторечие (*достала, прохлопала*) в заголовочной позиции выразительно демонстрирует авторское отношение к описываемым фактам, а также привносит развлекательный элемент в серьезную новостную информацию.

Ироничные высказывания. Ирония признается исследователями ведущей чертой языка современных СМИ [10]. По словам Е.Ю. Скороходовой, в последние годы эта стилистическая фигура стала применяться публицистами не только в развлекательных, аналитических, но и в новостных жанрах, для которых она является важным средством усиления выразительности речи [11]. При кажущейся объективированной подаче факта ирония скрывает его оценку: «ироничное повествование позволяет журналистам, стремящимся манипулировать мнением аудитории, демонстрировать свое критическое отношение к обсуждаемым явлениям» [9, с. 189]. Например: «*Статус агрессора не помешал: Украина поставила РФ турбины для военных кораблей и комплектующие для самолетов*» (УНИАН, 25 февраля 2016 г., 14:17) – медиатекст содержит информацию о поставках Украиной комплектующих для транспортных средств России, а также факты, что ранее украинский президент «полностью запретил любое сотрудничество с РФ в сфере военно-промышленного комплекса». Заголовок иронично оценивает сложившуюся неоднозначную ситуацию.

Прецедентные феномены. С целью увеличения читательского спроса «документированная» новостная информация усложняется в заголовочной позиции интертекстуальными элементами, имеющими непосредственную связь с арсеналом фоновых знаний читательской аудитории. Отсылка к прецедентным феноменам вписывает заглавие новостного медиатекста в культурный контекст, формируя у реципиента оценочно-эмоциональное поле смыслов [12, с. 5]. Выбор прецедентного феномена, безусловно, определяется соответствующей его оценкой адресанта, поэтому эти единицы служат средством интерпретации новостной информации. Поддерживаем утверждение И.А. Чемезовой о том, что заголовок медийных текстов, апеллирующий к прецедентным феноменам, является игровым культурным текстом [13, с. 25]. Например: 1) «В Фонде гарантирования подтвердили: еще два банка *уйдут в небытие*» (заголовок). «...Национальный банк *принял решение о ликвидации и отзыве банковских лицензий двух неплатежеспособных банков* – ОАО «БГ Банк» и ПАО «Легбанк» (текст) (Укринформ,

23 февраля 2016 г., 04:33) (сфера-источник – фразеологизм «уйти в небытие» – умирать). 2) «Укргосреестр жалуется, что некоторые БТИ стали в позу и не отдадут документов» (УНИ-АН, 22 февраля 2013 г.) (сфера-источник – фразеологизм «стать в позу» – проявлять недовольство, возмущение). Таким образом, языковая игра посредством применения прецедентных единиц в заголовках упрощает серьезность новостного факта, представляя его в непринужденной форме.

Метафоры. Употребление индивидуально-авторских метафор в медиатексте представляет собой способ оценки окружающего мира посредством используемых автором аналогий. Усложненная метафорами в заголовке новостная информация приобретает черты развлекательности. Например: 1) «Украина вернула Японии «хвостик» от Киотских денег (заголовок). «Украина вернула Японии €2,5 млн неиспользованных киотских средств, которые составляют примерно 1% от всей суммы» (текст). (Укринформ, 1 марта 2016 г., 17:55); 2) «Украинский рынок акций вышел из зимы «зеленая» (Интерфакс, 28 февраля 2013 г.) – в тексте речь идет о росте индексов украинского фондового рынка на площадках США. Для заголовочной метафоры автором использованы ассоциации между зеленым цветом травы (публикация сопровождается фотоизображением весенней зелени) и цветом американских денежных знаков.

Цитаты медиаперсон. Установка на «документированность» новостной информации заставляет автора новостного медиатекста прибегать к цитированию в заголовке известных личностей с целью привлечения внимания потенциальных читателей. Ссылка на авторитет медиаперсона позволяет автору использовать в цитате разнообразные стилистические фигуры, которые выступают формой влияния на сознание реципиента [14, с. 283]. Для заголовка журналисты могут сокращать цитаты, пересказывать их в соответствии со своим коммуникативным намерением [10]; поэтому подобные заголовки имеют дополнительный оценочный и развлекательный аспект. Например: 1) «Медовый» и «яичный» скандалы замешаны на политике – Павленко» (заголовок). «Я лично считаю, что заявления относительно яиц в Израиле и меда, который вывозился в Чехию, являются политически мотивированными», – сказал Павленко» (текст) (Укринформ, 26 января 2016 г., 11:33) (метафора замесить скандал на политике); 2) «В Нацбанке уверяют, что «станок не включали» (заголовок). «В НБУ убеждены, что включение печатного станка приведет к ... ускорению инфляции», – сказал [Олег Чурий]» (текст) (Укринформ, 04 января 2017 г., 11:47) (устойчивое выражение включить печатный станок).

Выводы. Материалы статьи позволяют проиллюстрировать приемы инфотеймента в современных новостных публикациях. Такие приемы позволяют автору привлечь внимание потенциального читателя, сделать подачу новости более непринужденной, а также увеличить воздействующий потенциал новостей. Наиболее перспективным направлением настоящего исследования полагаем изучение невербальной информации поликодового новостного медиатекста в аспекте инфотеймента.

Литература:

1. Еремина Д.А. Интерпретация термина «инфотейммент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа / Д.А. Еремина //

Медиакоп. – 2013. – Выпуск №4. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1429>.

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта. – 2008. – 202 с.
3. Шмелева Т.В. Медийное речеведение: сборник статей / Т.В. Шмелева. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569984_6705.pdf.
4. Драгун Е.М. Инфотейммент как явление современной медиакультуры: дисс. ... канд. филол. н : 24.00.01 / Е.М. Драгун. – Российская академия нар. хоз-ва и гос. службы. – М., 2015. – 175 с.
5. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А. Михайлов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 448 с.
6. Жуков А.С. Тексты в формате инфотеймента в прессе / А.С. Жуков // Молодой ученый. – 2014. – № 4. – С. 131–133.
7. Зорков Н. Инфотейммент на российском телевидении: возникновение, функции, способы воздействия / Н. Зорков // RELGA: научно-культурологический электронный журнал. – № 19 (121). – [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ>.
8. Дускаева Л.Р. Фатика как речевая форма реализации развлекательной функции в медиатексте / Л.Р. Дускаева, Н.А. Корнилова // Гуманитарный вектор. – 2011. – №4. – С. 67 – 71.
9. Минемуллина А.Р. Оценочные прилагательные в языке средств массовой информации : дисс.... канд. филол. Наук : 10.02.01 / А.Р. Минемуллина. – Киров, 2015. – 264 с.
10. Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля / Н.И. Клушина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / под ред. М.Н. Володиной. – М.: МГУ, 2003. – С. 269 – 289.
11. Скороходова Е.Ю. Ирония в современном медийном тексте / Е.Ю. Скороходова // Филологические науки: Язык, речь, речевая коммуникация. – 2011. №7. – [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.rusnauka.com/26_NII_2011/Philologia/7_92393.doc.htm.
12. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика : автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / А.А. Лютая. – Волгоград, 2008. – 20 с.
13. Чемезова И.А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке : дисс.... канд. филол. наук: 10.02.01 / И.А. Чемезова. – Ур. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 225 с.
14. Чиж О.К. Речевые средства воздействия на общественное сознание: языковое манипулирование в СМИ / О.К. Чиж // Молодой ученый. – 2012. – № 3. – С. 282–284.

Стеценко Н. М. Прийоми інфотеймменту в новинному медійному тексті

Анотація. У статті розглядаються різні прийоми інфотеймменту в новинних графічних ЗМІ. Виділено такі способи підвищення «розважальності» новин, як наявність у заголовній позиції медіатексту розмовних і просторічних слів, метафор, прецедентних феноменів, іронічних висловлювань, цитат медіаперсон.

Ключові слова: новинний медіатекст, оцінні елементи тексту, вплив ЗМІ, метафори, просторічна лексика, іронія.

Stetsenko N. The techniques of infotainment in the media news text

Summary. The article discusses various techniques in graphic infotainment news media. The following ways of increasing the entertainment value of news, as the presence in the header position of media texts spoken and vernacular words, metaphors, precedent phenomena, ironic sayings, quotations, media people.

Key words: news media text, remarks text, media influence, metaphors, colloquial language, irony.

Фекете Д. Ю.,
аспірант

Житомирського державного університету імені Івана Франка

ТИПОЛОГІЯ СУЧАСНОГО РЕКЛАМНОГО КІНОДИСКУРСУ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню рекламного дискурсу як одного з центральних і найбільш суперечливих понять у сучасній лінгвістиці. Висвітлено найпоширеніші класифікації рекламного дискурсу та встановлено їх кореляцію з рекламним кінодискурсом, що реалізується у форматі трейлеру.

Ключові слова: рекламний дискурс, кінодискурс, адресат, трейлер.

Постановка проблеми. Рекламний дискурс має довгу історію еволюції. Тривалий час рекламу пов'язували з поширенням у суспільстві інформації про товар або послугу за допомогою наявних на певному етапі розвитку соціуму засобів комунікації. Однак унаслідок змін у суспільстві змінилися структура, форма, функції та, відповідно, типологія рекламного дискурсу – реклама пройшла довгий шлях від усної вербальної форми, розхвалювання товару (від лат. *reclamo* – кричати, вигукувати) до складного, розгалуженого полікодового утворення.

Незважаючи на визначеність і нормативність рекламного дискурсу у термінологічній системі інших галузей науки, у сучасному мовознавстві немає єдиного трактування, яке б охопило всі контексти його вживання. Наразі актуальним є вивчення лінгвістичних параметрів і класифікації рекламного кінодискурсу.

Метою статті є висвітлення проблеми типології рекламного кінодискурсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виокремлення типів рекламного дискурсу відбувається залежно від критеріїв, покладених в основу класифікації. Так, наприклад, можлива класифікація реклами за характером стратегічного спрямування, цільовою аудиторією, територіальним параметром (за масштабами поширення), характером комунікативного впливу, інтенсивністю комунікативного впливу, відповідністю до рекламного законодавства, носієм, впливом на рецептори адресата, ступенем використання образу рекламного об'єкта, характером планування рекламної акції, зворотнім зв'язком, характером об'єкта реклами, вибором загального підходу до вирішення рекламного завдання, обсягом і часом, жанром [1, с. 4–6; 2, с. 31–34; 4; 5; 7, с. 37–38; 8, с. 105–106; 10, с. 44–50; 11, с. 21–23; 13].

Розглянемо окремо кожний з цих критеріїв та спробуємо встановити їх кореляцію з рекламним кінодискурсом, що реалізується у форматі трейлеру. Найбільш загальний поділ рекламного дискурсу відбувається за характером стратегічного спрямування, внаслідок якого виокремлюються комерційний та некомерційний рекламні дискурси. До некомерційних видів належить, наприклад, соціальна та політична реклама. Метою замовника реклами в межах комерційного рекламного дискурсу є отримання прибутку шляхом інформування та переконання адресата. Саме до такої категорії належать трейлери до кінофільмів, оскільки їх виробники замовляють

рекламу, яка виходить задовго до появи продукції кіноіндустрії, з метою залучення аудиторії, від якої залежать касові збори і, відповідно, прибуток.

За *цільовою аудиторією*, тобто за критерієм адресата, дія рекламного дискурсу може бути спрямована на різні прошарки населення, які, у свою чергу, здатні утворювати власну типологію за гендерною приналежністю, віком, родом діяльності (професія, хобі тощо) і сектором економіки, до якого належить адресат реклами (споживча, промислова).

Адресант рекламного дискурсу повинен враховувати потреби й особливості цільової аудиторії, оскільки адресат є потенційним споживачем продукції, що рекламується. Рекламодавець визначає мішені впливу, що постають у вигляді потреб, і обирає стратегії, тактики та засоби актуалізації комунікативного впливу у заданій площині [5, с. 150].

У сучасному рекламному кінодискурсі фактор адресата відіграє важливу роль, оскільки продукція кіноіндустрії досить часто має гендерний маркер. Наприклад, фільми в жанрі мелодрами спрямовані на жіночу аудиторію, тоді як жанр бойовика та фантастичного фільму переважно зорієнтований на чоловічу аудиторію. Зазначені параметри адресата формують архітектоніку сучасного рекламного дискурсу, що реалізується у форматі трейлеру.

За *територіальним параметром*, або за масштабами поширення, реклама поділяється на локальну, регіональну, загальнонаціональну, міжнародну і глобальну.

Беззаперечними лідерами галузі кіноіндустрії є голлівудські кіностудії, які переважно конкурують між собою та поширюють свою продукцію у світі. Відповідно, продукція кіноіндустрії спочатку рекламується у світовому масштабі з подальшим перекладом трейлеру та кінофільму на державну мову. Насамперед рекламодавці орієнтуються на американський кіноринок, але з урахуванням того, що Голлівуд є лідером кіноіндустрії, а англійська мова має статус *lingua franca*, трейлер до кінофільмів є одночасно рекламою на національному (в межах США) та глобальному рівнях (у світовому масштабі).

Критерій *відповідності до рекламного законодавства* належить до юридичної сфери і визначає коло питань, пов'язаних з авторським правом, змістом та локалізацією рекламних повідомлень.

Сучасний рекламний дискурс матеріалізується та локалізується шляхом *реklamних носіїв* і має таку типологію: реклама в пресі; телереклами; радіореклами; зовнішня реклама; транспортна реклама; телефонна реклама; інтер'єра реклама; магазинна реклама (реклами в місцях продажу); інтернет-реклами; директ-мейл (пряма поштова реклама).

Від вибору носія залежить кошторис та ефективність реклами, оскільки різні носії охоплюють різні обсяги адресатів. Вибір носія також залежить від характеру продукції, що рекламується. Реклама продукції кіноіндустрії, з огляду

на широкі маси населення та відсутність її локальної приналежності, актуалізується переважно через телебачення та Інтернет. Причиною цього є не лише широка аудиторія, але й можливості носіїв, їхніх каналів зв'язку та агресивність середовища рекламного дискурсу.

За *характером об'єкта* реклама поділяється на товарну, корпоративну (іміджеву), державну, соціальну і політичну.

Під терміном *товарна реклама* розуміють рекламу будь-якої продукції, виготовленої у промисловому або сільсько-господарському секторі економіки, або будь-якого виду послуг, що пропонуються сервісними фірмами (консультаційними, туристичними, ремонтними, освітніми тощо). Єдиною метою товарного рекламного дискурсу є успішний продаж товару шляхом формування попиту та стимулювання збуту [7, с. 39]. Просування продукції кіноіндустрії належить до так званого товарного рекламного дискурсу, оскільки виробників кінофільмів цікавить високий продаж товару (у нашому випадку – кінопродукції) шляхом формування попиту через рекламні компанії, що спеціалізуються на виготовленні трейлерів.

Метою корпоративної (іміджевої) реклами є демонстрація значущості діяльності певної компанії для економіки держави або певної галузі. Замовником державної реклами є держава або певний державний орган задля створення та підтримки її позитивного образу. Політичний рекламний дискурс спрямований на адресата, який відіграє роль електорату під час передвиборчих кампаній різного рівня. Соціальна реклама має некомерційну основу, орієнтується на висвітлення соціальних проблем і переважно має добродійний характер [7, с. 41–44].

Людина сприймає інформацію із зовнішнього світу через рецепторну систему, яка формує систему каналів рекламної комунікації. Найпоширенішими каналами сприйняття інформації в рекламному дискурсі є зоровий, слуховий та їх одночасне поєднання. Назальний, смаковий та дотиковий рецептори спрацьовують у випадку безпосереднього контакту з рекламованою продукцією (в магазинах, автосалонах, на ярмарках тощо).

З іншого боку, ефективність реклами підвищується у випадку емоційного впливу на свідомість. Це стає можливим завдяки впливу на нервові центри, пов'язані зі смаком, запахом та дотиком через зоровий та слуховий рецептори. Засобами такого прийому є невербальні звукові та слухові образи, а також вербальні образні експресивні одиниці. Експресивність виникає лише тоді, коли образність виконує не номінативну функцію, а є підставою для підсиленого впливу на свідомість суб'єктів дискурсу з метою регуляції їхньої подальшої поведінки. Образ не обов'язково має бути зоровим, він може утворитися на основі будь-якого органу чуття (зір, слух, смак, нюх, дотик) [6, с. 91].

За *ступенем використання образу об'єкту*, що рекламується, рекламу поділяють на пряму, непряму і приховану. Прямою рекламу можна визначити, якщо її об'єкт є темою рекламного повідомлення. У разі непрямої реклами об'єкт уже не є темою повідомлення, але в його тексті чітко простежується рекламна інформація, внаслідок чого реципієнт кваліфікує такий текст як рекламний. Непрямий рекламний дискурс актуалізується у вигляді експліцитних вкраплень в інші типи дискурсів (інтерв'ю, публікації, радіо- та телепередачі), які надають відомості про об'єкт реклами та його

виробника. Прихована реклама постає у якості маніпулятивного PR-прийому і визначається як трансляція матеріалів, що виглядають як звичайні новини, коментарі про товар, політика або партію. На відміну від експліцитної непрямої реклами, така реклама має імпліцитний характер і важко простежується [3; 9; 12].

Кінореклама і такий з її підвидів, як трейлер, належить до прямої рекламної комунікації, оскільки темою відеоролика або рекламного кіноплакату є власне продукція кіноіндустрії з усіма рекламними атрибутами.

За *характером планування рекламної акції* рекламний дискурс поділяється на медійний, немедійний і комплексний. Медійна реклама не пов'язана безпосередньо із засобами масової інформації, незважаючи на означення «медійна». Така реклама розташовується на великих інтернет-порталах із великою відвідуваністю. Найбільш яскравими та ефективними видами медійної реклами є динамічні або статичні банери, пресс-релізи, графічні й текстові блоки та флеш-ролики. Медійна реклама спрямована на ефективне розповсюдження інформації про товар або послугу в максимально короткі терміни. Немедійна реклама співвідноситься із традиційними видами реклами, а комплексна є рекламною акцією, що поєднує традиційні та медійні засоби або повідомлення.

За *обсягом та часом* рекламні повідомлення значно різняться. Вербально вони становлять діапазон від одного слова до цілого тексту, як, наприклад, текст рекламної статті. У разі звукової або аудіовізуальної реклами їх тривалість може становити від 10 секунд до обсягів повнометражного рекламного фільму. Середня тривалість рекламного відеоролика на телебаченні – 30 секунд з обсягом тексту від 60 до 70 слів. Збільшення часового та текстового параметрів не обов'язково надає повідомленню ефективності, головним фактором є лаконічна, оригінальна та експресивно виражена ідея, а не лише нейтральне за тоном та змістом інформування на фоні логотипу компанії.

Презентація продукції кіноіндустрії у вигляді аудіовізуальної реклами (відеоролики різної тривалості та структури) має досить чітко встановлений хронометраж (коливання у тривалості між відеороликами до різних фільмів складає максимум декілька секунд). Тривалість відеоролика в межах рекламного кінодискурсу залежить від його типу та призначення.

Продемонструємо тривалість відеороликів різних типів на прикладі рекламної кампанії кінофільму «Росомаха» (*The Wolverine*):

тизер (тривалість – 6 секунд). Дата релізу – 25.03.2013;

тизер (тривалість – 1 хвилина 56 секунд). Дата релізу – 27.03.2013;

світовий тизер (тривалість – 2 хвилини 27 секунд). Дата релізу – 27.03.2013;

трейлер (тривалість – 2 хвилини 32 секунди). Дата релізу – 21.05.2013;

фанатський трейлер (тривалість – 2 хвилини 15 секунд). Дата релізу – 28.03.2013.

У *жанровому* відношенні рекламний дискурс, зокрема й рекламний кінодискурс, є гібридним, креалізованим полікодовим утворенням, в якому поєднуються різні комунікативні і мовленнєві жанри (усний, писемний, офіційно-діловий, науковий, публіцистичний, розмовний тощо). Крім того, в сучасній рекламі можна досить часто простежити

ознаки літературних та кінематографічних жанрів (комедії, мелодрами, бойовика, жаків та фантастики), навіть коли рекламуються звичайні товари та послуги. Такого роду відеоролики постають у вигляді окремої історії, мікрофільму, що надає рекламі експресивності і, відповідно, ефективності, оскільки приваблює увагу реципієнта. Рекламні відеоролики до кінофільмів відповідають жанровій приналежності останніх.

Найбільш вирішальним у рекламній презентації продукції кіноіндустрії є *критерій вибору загального підходу до вирішення рекламного завдання*. Виокремлюють два основні підходи до створення рекламної продукції: раціональний та емоційний, кожний з яких визначає стратегічні типи реклами [5, с. 100–110]. У межах раціонального підходу виокремлюють навіювальну (сугестивну), рекомендувальну (персоніфіковану), порівняльну, прищеплювальну і спростовуючу рекламу. Відповідно до емоційного підходу диференціюють драматичну, комічну і трансформуючу рекламу.

Раціональний підхід спрямовано на інформування шляхом впливу на розум з метою переконання через аргументацію. Більше уваги приділяється тексту, який підсилюється кресленнями, схемами, зображенням зовнішнього вигляду товару. Такий підхід є доцільним щодо продукції для вузьких професійних ринків. Тому перерахування головних переваг комерційної пропозиції краще формувати аналітично з використанням максимального числа технічних деталей. З іншого боку, товари масового споживання, зокрема продукція кіноіндустрії, з коротким циклом повторних покупок вимагають інших стратегічних підходів. Текст такого рекламного дискурсу повинен моделювати відомі пересічним споживачам побутові ситуації та апелювати до свідомості потенційного клієнта наочно-образними засобами [2, с. 36–37].

У межах емоційного підходу традиційно виокремлюють драматичний, комічний та трансформуючий типи рекламного дискурсу. Драматична реклама, як і інші типи сучасного емоційного рекламного дискурсу, визначається впливом на емоції адресата шляхом створення драматичних, ностальгічних, а іноді – навіть трагічних образів з метою підвищення рівня співпереживання та появи позитивної емоційної реакції щодо продукції, що рекламується.

Результати експериментальних досліджень свідчать, що драматична реклама сприймається як історія і є емоційнішою, ніж аргументативна (раціональна) реклама, має більш потужний маніпулятивний потенціал, ніж остання. Рівень співпричетності, співпереживання драматичної реклами значно вищий, ніж раціональної (умовні показники співпереживання становлять $x = 19,48$ versus $13,52$ відповідно), що, у свою чергу, впливає на процес прийняття рішень [14].

Висновки. Таким чином, найширший сектор рекламної індустрії належить просуванню товарів масового споживан-

ня. Головним стратегічним підходом до формування аудіовізуальної товарної реклами є апеляція до емоційно-образного складника свідомості людини. Метою кінореклами є створення ефектного, апелюючого до емоцій, аудіовізуального рекламного ролика. У виборі стратегій, тактик, форм та засобів у рекламному дискурсі перевага надається експресивним емоційно-образним інструментам впливу на свідомість адресата. Аудіовізуальні кінорекламні ролики містять також елементи раціональної реклами у вигляді інформації про виробника, акторський та знімальний склад. Перспективу дослідження вбачаємо у вивченні прагматичного потенціалу англомовних трейлерів різножанрових фільмів.

Література:

1. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций / К.А. Аксенова. – М.: Приор-издат, 2005. – 96 с.
2. Блюм М.А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности : учебное пособие / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 160 с.
3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учебн. Пособие / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.
4. Миронова А.А. Жанры рекламы: к проблеме квалификации / А.А.Миронова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 71. – 2012. – № 32 (286). – С. 67–71.
5. Мирошниченко Г.А. Типология современной рекламы // Вестник РУДН, Серия Литературоведение. Журналистика. – 2012. – № 4. – С. 146–153.
6. Мосейчук О.М. Експресивність як функціональна характеристика однослівних ідіом / О.М. Мосейчук // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – 2011. – С. 88–94.
7. Мудров А.Н. Основы рекламы : учебник / А.Н. Мудров. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Магистр, 2008. – 397 с.
8. Николаева М.А. Основы рекламы: интегративный курс [Текст]+CD: учебно-методический комплекс / М.А. Николаева. – Екатеринбург, 2012. – 380 с.
9. Ольшанский Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
10. Реклама : теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011. – 400 с.
11. Романов А.А. Реклама. Интернет-реклама: Учебно-практическое пособие / А.А. Романов Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2003. – 366 с.
12. Социология журналистики: Учебн. пособие для студентов вузов / Под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
13. Тertychna M.A. Социальная реклама в Интернете: функциональные, предметно-тематические и жанровые особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Тertychna Мария Александровна. – М., 2012. – 24 с.
14. Leong S. M. Using Drama to Persuade: the Effects of Involvement and Ad Form on Persuasion / S. M. Leong // Asia Pacific Advances in Consumer Research, 1994, Volume 1, Provo, UT: Association for Consumer Research. – P. 261–264. – Режим доступу: <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=11220>.

Фекете Д. Ю. Типология современного рекламного кинодискурса

Аннотация. Статья посвящена исследованию рекламного дискурса как одного из центральных и наиболее противоречивых понятий в современной лингвистике. Освещены самые известные классификации рекламного дискурса и установлена их корреляция с рекламным кинодискурсом, что реализуется в формате трейлера.

Ключевые слова: рекламный дискурс, кинодискурс, адресат, трейлер.

Fekete D. Typology of modern advertising cinema discourse

Summary. The article is devoted to the study of advertising discourse as one of the central and most controversial concepts in modern linguistics. The article deals with the most famous classifications of advertising discourse and reveals their correlation with advertising cinema discourse implemented in the form of trailer.

Key words: advertising discourse, cinema discourse, addressee, trailer.

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Клименко О. Л.,
кандидат філологічних наук, професор,
професор кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови
Запорізького національного університету

ІНШОМОВНА ЛЕКСИКА В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті з'ясовано особливості ідентифікації та інтерпретації у художньому тексті іншомовної лексики, визначено її роль у структурі та концептуальній системі літературного твору як засобу реалізації цільової настанови автора, спрямованої на здійснення впливу на читача.

Ключові слова: іншомовна лексика, художній дискурс, ідентифікація, інтерпретація.

Постановка проблеми. Іншомовна лексика, яка має певні стилістичні ознаки та додаткові фонові конотації, часто стає джерелом словотворчості, задовольняючи естетичні потреби авторів художніх творів. І не завжди впровадження іншомовної лексики до тканини художнього тексту обмежується вживанням екзотизмів та варваризмів для відображення місцевого колориту. Інколи згідно із авторською інтенцією іншомовна лексика використовується як матеріал для створення індивідуальних авторських інновацій. У випадку із оказіональним використанням, коли іншомовні одиниці інтегруються автором до художньої системи твору для створення певного стилістичного ефекту, постає проблема їх ідентифікації у тексті та адекватної інтерпретації.

Мета статті полягає у комплексному аналізі особливостей функціонування у художньому творі Е. Берджесса «The clockwork orange» іншомовної лексики, що використовується оказіонально в мові підлітків, та визначенні можливих способів її ідентифікації та інтерпретації.

Виклад основного матеріалу. У романі Е. Берджесса «The clockwork orange» іншомовна лексика лежить в основі створення мови підлітків. Лексичні одиниці російського походження, асимільовані за законами англійської мови, використані автором оказіонально, створюють справжню систему спілкування британських підлітків. У романі мова, створена Е. Берджессом, отримала назву «*nadsat*» – це модифіковане закінчення російських числівників від «одинадцяти» до «дев'ятнадцяти». Така назва пояснюється тим, що носіями її в романі були підлітки (*nadsatyje*) – «тінейджери» («*teenagers*»), буквально «надцятилітні»; або скорочено «тіни» – «*teens*»).

Використання автором вигаданої мови мало не тільки естетичну, але й досить прагматичну мету. Стенлі Хайман писав, що Е. Берджесс знав про те, що сленг як лінгвістичне явище має змінну природу, і якщо використати сленг молоді свого часу, то через кілька років він стане несучасним та немодним. Автору необхідно було, щоб мова його героїв була унікальною та залишалась би нестаріючою і незвичною, підкреслюючи байдужість молоді до суспільних норм і правил та незалежність молодіжної субкультури від решти суспільства.

Розглядаючи особливості використання іншомовної лексики в романі Е. Берджесса «The clockwork orange», можна виокремити її основні риси як явища оказіонального: це лексика, характерна для усного мовлення; має емоційну

забарвленість і яскраво виражену експресивність; для такої лексики характерна обмежена зрозумілість, іронічність та грубуватість, концентрація навколо понять, що відображують не стільки соціальні цінності, скільки «антицінності». Деякі з цих рис (ненормативність, позасистемність, новизна та незвичність, належність до мовлення, прагматична направленість, висока експресивність, номінативна факультативність) дають змогу віднести ці одиниці до розряду стилістично маркованої лексики або лексики зниженого стилістичного тону.

Крім того, причини створення оказіональних одиниць (соціальна потреба неординарного найменування усього нового, тенденція до економії, уніфікації мовних засобів, використання номінацій із різною внутрішньою формою та етимологією, прагнення досягти максимальної емоційно-експресивної та стилістичної виразності слова [3, с. 99]) збігаються із причинами, які наводять дослідники стилістично зниженої лексики, такими як прагнення мовця до конкретності та новизни; протест проти стандарту, внаслідок якого звичні традиційні номінації замінюють новими, оригінальними та експресивними [6, с. 68].

На нашу думку, це явище цілком виправдане. Причиною вживання стилістично маркованої лексики (часто із негативною оцінкою) є протест молоді проти узвичаєних норм, споконвічний конфлікт «батьки-діти», непорозуміння зі старшим поколінням, незадоволення дійсністю. Як відзначає К. Бейрахова, обмежена зрозумілість також сприяє використанню лексики стилістично зниженого тону саме підлітками, які прагнуть до самовираження та невтручання з боку дорослих, а така лексика є засобом конспірації, умовною говіркою, зрозумілою лише для членів групи [1, с. 7]. Тому автор настільки змінює зовнішню форму слова, що інколи дуже складно відрізнити його від інших власне англійських лексем, особливо сленгізмів та жаргонізмів, які теж вирізняються незвичністю та оригінальністю форми та складу.

О.В. Ребрій підкреслює, що необхідною умовою введення оказіональної одиниці в мовленнєвий ряд є можливість адекватно її інтерпретувати. Інакше виникає загроза «збою» комунікації. Засобом подолання цієї загрози, на думку дослідника, є експліцитна семантизація (пояснення) новоутворення [4, с. 15].

Для пояснення незасвоєних запозичених слів дослідники вирізняють декілька способів семантизації, починаючи із введення у текст термінологічного визначення (дефініції) і закінчуючи звертанням до малоінформативних, але легко доступних та компактних аналогів та родових термінів [2, с. 17].

Серед експліцитно семантизованих іншомовних одиниць в романі Е. Берджесса «The clockwork orange» можна виокремити декілька груп:

І. Іменники на позначення частин тіла:

1) ...*I had one in the shape of a spider, Pete had a rooker (a hand, that is), ...and poor old Dim had a very hound-and-horny one of a clown's litso (face, that is)*... [7, p. 2];

2) *Then we wore waisty jackets without lapels but with these very big built-up shoulders ("pletchoes" we called them)* [7, p. 2];

3) *... then I cracked this veck who was sitting next to me and well away and burbling a horrorshow crack on the ooko or earhole, but he didn't feel it...* [7, p. 4];

4) *Dim had a real horrorshow length of oozy or chain round his waist, twice wound round, and he unwound this and began to swing it beautiful in the eyes or glazzies* [7, p. 16];

5) *Then I tooth-cleaned and clicked, cleaning out the old rot with my yahzick or tongue...* [7, p. 32].

II. Іменники на позначення людини:

1) *It was nadsats mostly milking and coking and fillying around (nadsats were what we used to call the teens)...* [7, p. 27];

2) *When we got outside of the Duke of New York we viddied a burbling old pyahnitsa or drunkie, howling away at the filthy songs of his fathers...* [7, p. 13];

3) *I was at the back of the Wing Chapel near where the warders or chassos were standing with their rifles and their dirty bolsky blue brutal jowls...* [7, p. 77];

4) *There was a foolish and boyish prank, my so-called friends persuading or rather forcing me to break into the house of an old pfitas – lady, I mean* [7, p. 155].

III. Пояснення деяких предметів матеріального світу (real-world items):

1) *Dim had a real horrorshow length of oozy or chain round his waist, twice wound round, and he unwound this and began to swing it beautiful in the eyes or glazzies* [7, p. 16];

2) *"A cup of the old chai, sir? Tea, I mean"* [7, p. 37];

3) *"And what would you do," I said, "with the big big big deng or money as you so highfaluting call it?"* [7, p. 52];

4) *"I'll just get my platties," I said, at the stair-floor, "that is to say clothes..."* [7, p. 164].

IV. Лексеми, пов'язані із Богом та релігією (оскільки питання порушення моралі та деградації людини займають центральне місце в романі):

1) *My young hoodlum comes to the revelation of the need to get something done in life – to marry, to beget children, to keep the orange of the world turning in the rookers of Bog, or hands of God, and perhaps even create something – music, say* [7, p. viii];

2) *Then the lights started cracking like atomics... and you were just going to get introduced to old Bog or God when it was all over* [7, p. 4];

3) *...and he was govoreeting as a man of Bog... So he knew what he talked of, being a Godman* [7, p. 41].

Серед способів ідентифікації елементів «nadsat» у романі слід також відзначити «операцію паралельного підключення» [2, с. 17], суть якої полягає у паралельному використанні двох чи більше номінацій. Це забезпечує точність номінації (і, як наслідок, ідентифікації, тобто впізнання об'єкта реальної дійсності, позначеного цією одиницею). Тим більше, чергування запозиченого слова із паралельним аналогом полегшує читачеві розуміння незнайомого слова.

В романі Е. Берджесса «The clockwork orange» у більшості випадків паралельному підключенню підлягають прикметники:

1) *We put our maskies on – new jobs these were, real horrorshow, wonderfully done really...* [7, p. 9];

2) *The starry old baboochkas were still there...* [7, p. 11];

3) *And then in the afterlunch I might perhaps itty off to the old skolliwoll and see what was vareeting in that great seat of gloopy useless learning* [7, p. 35];

4) *And there was a bolsky big article on Modern Youth by some very clever bald chelloveck* [Burgess 1986, p. 41];

5) *"Stop, you grahzny disgusting sods"* [7, p. 113].

За результатами досліджень О.В. Ребрія, який створені авторами художніх творів штучні мови називає «квазімовами», одиниці цих мовних систем – «квазілексеми» – часто тлумачаться автором у підрядкових примітках або у глосарії, який подається у творі окремо, щоб не порушувати цілісності тексту [5, с. 536]. Але в романі Е. Берджесса «The clockwork orange» автор не склав глосарію «nadsat» і не вдавався до підрядкових коментарів, застосовуючи інший спосіб: читач безпосередньо вводиться до зображуваного світу, а квазілексеми не пояснюються спеціально, а інтерпретуються на основі контексту.

У більшості випадків найважливішу роль при сприйнятті оказіонального слова відіграє контекст – «мінімум мовленнєвих зусиль, необхідних для розуміння слова» [3, с. 101]. Стосовно розуміння оказіоналізмів контекст розширюється від безпосереднього мовного оточення до чогось більшого. Проте навіть за відсутності повного контексту оказіональне слово піддається інтерпретації. Дослідник творчості Е. Берджесса Т. Далрімпл мав такий погляд на розуміння іншомовної лексики в романі: «Читач, навіть якщо він не знає російської мови, виявляє, що деякі значення є цілком зрозумілими з контексту» [8, с. 3].

Дуже часто чинником, що сприяє адекватній інтерпретації у контексті, є атрибутивний елемент, який у реченні виконує функцію означення або порівняння:

1) *...and there I was dancing about with my britva like I might be a barber on board a ship on a very rough sea* [7, p. 16];

2) *...with her was this chelloveck who was her moodge, youngish too with horn-rimmed otchkies on him...* [7, p. 21];

3) *...there were two: "Honey Nose", sung by Ike Yard, and "Night After Day After Night", moaned by two horrible yarbleless like eunuchs whose name I forget* [7, p. 45];

4) *...so you could tell there were plenty of mewing kots and koshkas writhing about down there* [7, p. 58];

5) *...and there was a copy of "A Clockwork Orange", and on the back of the book, like on the spine, was the author's eemya – F. Alexander* [7, p. 158].

Інші слова стають зрозумілими лише після вторинного контексту: коли Алекс б'є ворога по «gulliver», це може бути будь-яка частина тіла, але коли «a glass of beer is served with a gulliver», стає зрозумілим, що «gulliver» – це «head». (Хоча, звичайно, справа значно покращується для тих, хто знає російське слово «golova»). Наведемо ще декілька прикладів, коли значення лексичної одиниці стає зрозумілим саме завдяки ситуації, контексту:

1) *And now Dr. Brodsky said, smiling all over his litso...* [7, p. 127];

2) *O my brothers, I could have wept at his kindness, and I think he must have viddied the old tears in my glazzies...* [7, p. 154].

Висновки. Таким чином, не можна вважати, що винайдений Е. Берджессом своєрідний «nadsat» є цілковито незрозумілим для читачів, які не володіють російською мовою. Як стверджує Т. Далрімплу, «мова, яка є абсолютно новою та незрозумілою на початку книги, стає такою знайомою та доступною читачеві у кінці, що він забуває, що колись йому доводилося лише здогадуватися про її значення» [8, с. 5]. Вжиті автором засоби паралельного підключення, експліцитної семантизації та можливості інтерпретації значення у контексті сприяють розумінню іншомовної лексики в художньому дискурсі. Дослідження особливостей функціонування іншомовної лексики в інших видах дискурсу може стати перспективою для подальших наукових пошуків.

Література:

1. Бейрахова К. Оказионализмы в книгах для детей и фантастике // English. – 2001. – № 23. – С. 1–8.
2. Кабакчи В.В. Теория и практика внешнекультурной коммуникации // Коммуникативный и номинативный аспекты единиц языка. – Львов: Наука, 1989. – С. 13–23.
3. Косович О.В. Оказіоналізми у французькому художньому мовленні // Нова філологія. – 2006. – Вип. 25. – С. 98–103.
4. Ребрій О.В. Оказіоналізми в сучасній англійській мові (структурний та функціональний аналіз) – Автореф. дис. канд. філол. наук; 10.02.04 / Харківськ. держ. ун-т. – Харків, 1997. – 18 с.
5. Ребрій О.В. Особенности перевода окказиональных элементов квазизыков // Вчені записки ХГІ «Народна українська академія». – Харків: Око, 2002. – Т. 8. – С. 534–543.
6. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. – М. : «Изд-во АСТ», 2003. – 221 с.
7. Bergess A. The clockwork orange. – New York and London: W.W. Norton and Company, 1986. – 192 p.
8. Dalrymple T. A prophetic and violent masterpiece. – <http://www.city-journal.org>. – 2003. – 10 p. Hyman S.E. Nadsat speak. – <http://www.soomka.com>. – 2004. – 5 p.

Клименко О. Л. Иностранная лексика в художественном дискурсе

Аннотация. В статье выявлены особенности идентификации и интерпретации в художественном тексте иностранной лексики, определена ее роль в структуре и концептуальной системе литературного произведения как средства реализации целевой установки автора, направленной на оказание речевого воздействия на читателя.

Ключевые слова: иностранная лексика, художественный дискурс, идентификация, интерпретация.

Klimenko O. Foreign Language Units in Literary Discourse

Summary. The article focuses on the problem of foreign language units' identification and interpretation in Modern English literature revealing their structural and functional aspects. The study distinguishes the main functions of foreign language units in literary discourse, determines their role in the structural and conceptual system of literary work as a means of realization of the author's intention aimed at exercising influence on the reader.

Key words: foreign language units, literary discourse, identification, interpretation.

Косенко А. В.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

РОЛЬ МІЖОСОБИСТІСНОЇ АТРАКЦІЇ У СПІЛКУВАННІ

Анотація. У статті розглядаються поняття міжособистісної атракції. Виокремлено основні підходи до визначення міжособистісної атракції, її чинники.

Ключові слова: атракція, комунікація, емоція, ставлення, привабливість, індивід.

Постановка проблеми. Емоційний світ людини – складний та багатогранний. Серед тих, хто нас оточує, дехто подобається більше, дехто – менше, а дехто взагалі не викликає жодних емоцій. Саме у цьому полягає оцінне ставлення людей один до одного. Прагнення подібатись іншим і взаємні почуття є важливим складником життя кожного індивіда і відіграють важливу роль у міжкультурних контактах людей. Саме це явище науковці визначили як міжособистісну атракцію. За своєю суттю міжособистісна атракція є оцінною реакцією однієї людини, що спонукає її поводитись певним чином при взаємодії з іншими. Таким чином, атракцію можна вважати різновидом сприйняття, що визначає зміст, характер та стиль міжособистісної комунікації [5]. Актуальність дослідження полягає в тому, що у сучасному суспільстві повсякчас змінюються відносини, що супроводжується зміною ціннісних орієнтацій та культурних норм. Окрім того, у процесі всього життя симпатії й антипатії постійно супроводжують людину, формують певне ставлення до себе, інших, до життя і світу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на актуальність питання атракції у житті людей, досить велика кількість науково обґрунтованих робіт була винесена на розгляд вітчизняними та зарубіжними психологами. Досліджували феномен атракції Г.М. Андрєєва, Ю.Е. Альошина, Л.Я. Гозман, Б.Г. Ананьєв, М.А. Абалакіна, О.О. Бодальов, В.К. Вілюнас, В.А. Лабунська, В.О. Лосенков, М.М. Обозов, Т.М. Трапезникова, Л.Б. Шнейдер та інші.

Метою статті є виокремлення підходів до визначення міжособистісної атракції та факторів, що на неї впливають.

Виклад основного матеріалу. Поняття привабливості особистості досить містке. Воно містить у собі широке коло складників: фізичну привабливість, комунікативну компетентність та низку інших характеристик. Атракція – це і процес формування привабливості якоїсь людини для спостерігача, і продукт цього процесу, тобто деяка якість взаємин. Цю багатозначність терміну обов'язково потрібно враховувати, коли атракція досліджується не сама по собі, а в рамках перцептивної сторони спілкування. З одного боку, постає питання про те, який механізм виникнення симпатії і формування прихильності або, навпаки, ворожості при сприйнятті іншої людини, а з іншого – яка роль цього явища (як процесу і результату) у структурі спілкування в цілому. Складниками взаємної привабливості є симпатія і притягання. Симпатія – це емоційна позитивна установка на об'єкт. При взаємній симпатії емоційні установки створюють стан задоволення взаємодією (безпосередньо або опосередковано). Притягання, як один зі складників міжосо-

бистісної привабливості, в основному пов'язане з потребою людини бути разом, поруч із іншою людиною. Притягання найчастіше (але не завжди) пов'язане із симпатією, що переживається, тобто симпатія і притягання можуть іноді проявлятися автономно, незалежно. У широкому сенсі під атракцією розуміють позитивні почуття, які відчуває одна людина до іншої. Виникає вона внаслідок оцінки суб'єктом свого емоційного ставлення до іншого, яке породжує гаму почуттів у діапазоні від неприязні, антипатії до симпатії, любові, та проявляється у вигляді особливої соціальної установки щодо іншої людини. Люди, що відчувають взаємну симпатію та притягання один до одного, під час залучення до спільних дій беруть до уваги упередження і слабкості, притаманні кожному з них, вони схильні до поблажливості, а звідси – і до значної згоди між собою. Притягання та взаємні симпатії, у свою чергу, не можуть виникнути без певних спільних думок та оцінок [2]. Атракцію, з одного боку, визначають як емоційне ставлення, а з іншого – як феномен взаємодії. Атракція (притягання, привернення) – виникнення при сприйнятті індивіда індивідом взаємної привабливості, розуміння і прийняття один одного у взаємодії, коли не тільки узгоджуються дії, а й установлюються позитивні взаємини. Атракцію визначають як процес формування привабливості певної людини для того, хто сприймає, і як продукт цього процесу, тобто певну якість ставлення [1, с. 25]. На думку інших науковців, атракція – це специфічне емоційне ставлення, яке зумовлює привабливість однієї людини для іншої. На його основі формується інтегральне стійке почуття прихильності до іншої людини [6, с. 2]. Міжособистісну атракцію також визначають як процес надання переваги одними людьми іншим, взаємного тяжіння між людьми, взаємної симпатії. Атракція – це емоція, що має своїм предметом іншу людину, а також стійка оцінна реакція, яка примушує взаємодіяти з конкретною людиною певним чином (тобто атракція як соціальна установка) [5, с. 46]. Професор психології Маркветського університету (США) С. Франзой міжособистісну атракцію розглядає як прагнення особистості зблизитися з іншою людиною [5, с. 51]. Деякі вчені характеризують це поняття багатоаспектно, зокрема І. Кон виокремлює такі компоненти атракції, як: а) когнітивний (пізнавальний компонент) емоційного ставлення до іншої людини; б) певна соціальна установка; в) емоційний компонент міжособистісного сприймання. З позицій міжособистісної атракції він розглядав такий феномен, як дружба [4]. Л. Гозман визначає атракцію як: 1) почуття однієї людини до іншої (атракція як окремий випадок у низці емоційних явищ); 2) ставлення до іншої людини (належність атракції до класу соціальних установок); 3) оцінку людини (атракція як певний компонент міжособистісного сприймання) [1]. Атракція може проявлятися на кількох рівнях, таких як симпатія, дружба, любов. Симпатія – це стійке позитивне емоційне сприйняття людини людиною, схвальне ставлення людини до інших людей, що проявляється

у приязні, привітності, доброзичливості, захопленні, прагненні допомогти, виявленні уваги, підвищеного інтересу. Вона є одним із факторів інтеграції людей і збереження психологічного комфорту [1, с. 19]. Дружба – вид стійких, добровільних, індивідуально-вибіркових міжособистісних взаємин, що характеризується взаємною прихильністю їх учасників, симпатією, посиленням процесів афіліації (приналежності), взаємними очікуваннями відповідних почуттів і наданням переваги. Такі стосунки передбачають не тільки взаємодопомогу, але і внутрішню близькість, відвертість, довіру, любов. Вони засновані на просторовій та духовній близькості, взаємній прихильності, спільній діяльності та інтересах [4, с. 5]. Любов – високий рівень позитивного емоційно-чуттєвого ставлення, що виділяє його об'єкт серед інших і поміщає у центр життєвих потреб, інтересів суб'єкта [5, с. 14]. Це ніжність, яку ми відчуваємо до тієї людини, життя якої тісно переплетене з нашим власним [8, с. 34]. Найзагальнішим визначенням атракції, що лягло в основу багатьох досліджень, є визначення Т. Ньюкома, де під атракцією розуміється установка щодо іншої людини, яка виражається у термінах знаку та інтенсивності [2; 10].

Далі було би доцільно, на нашу думку, розглянути чинники міжособистісної атракції. Цілком очевидно, що вплив зовнішньої привабливості досить великий на етапі встановлення взаємин. Емоційно позитивний образ починає позитивно добудовуватися. Зовні приваблива людина наділяється низкою позитивних властивостей і якостей – емоційністю, теплотою, успішністю тощо. Підтвердження цьому може бути знайдено і в народних казках, у яких позитивний герой завжди привабливий або стає таким, а негативний персонаж наділений неприємною зовнішністю. Безумовним є лише те, що необхідно, особливо на початковому етапі, приділяти увагу своїй зовнішності як підсилювачу продуктивності майбутніх взаємин. При відсутності привабливої форми мало у кого виникне інтерес до змісту, нехай навіть і багатющого. Міжособистісна атракція визначається також і просторовою дистанцією між партнерами як у буквальному, так і в переносному сенсах. Зі збільшенням привабливості змінюється і дистанція спілкування. Чим ближче один до одного люди в особистісному сенсі, тим комфортніше вони себе відчувають у спілкуванні на просторово ближчій дистанції. У цьому разі не спрацьовує ефект негативної реакції на вторгнення в особистісну зону. Будь-яке ж наближення у цю зону людини, що не викликає позитивних емоцій, може викликати зростання дискомфорту. Зокрема, це явище пов'язане і з полем контролю за партнером – чим більше знайомий і приємний партнер, тим менше джерел інформації про нього людина утримує у полі контролю (закоханому достатньо фіксувати в полі уваги очі партнерки), і, навпаки, чим менш позитивні відносини, тим більше джерел інформації необхідно контролювати на випадок негативного розвитку взаємин. Знайомство з людиною також може бути чинником атракції. Повторне подання багатьох стимулів приводить до більш позитивного ставлення до них. Це ж відбувається і з фотографіями незнайомих людей під час їх повторного розглядання. Цьому може бути багато пояснень. Одне із них полягає у тому, що невизначеність прогнозу щодо об'єкта, людини або події часто підвищує рівень тривожності, тоді як наявність інформованості про них приводить до підвищення відчуття контрольованості. Легко доступні люди, стосунки з якими не вимагають надзусиль, сприймаються більш позитивно. На цьому моменті, зокрема, нерідко будуються так звані «виходи в народ» політичних діячів у період перед-

виборчих кампаній, хоча в цьому разі треба мати на увазі, що факт доступності починає набувати сили лише після вихідної недоступності. Постійна ж доступність із плином часу знижує привабливість об'єкта. За логікою вже відомої теорії балансу антиципація майбутнього розвитку позитивних взаємовідносин збільшує привабливість людини, звичайно, за умови, що ці стосунки мають позитивний характер. Симпатія чи антипатія до людини часто підпорядковується принципу взаємності, відповідно до якого нам подобаються ті люди, яким подобаємося ми, і навпаки. Тим не менше, прояви цього чинника не мають універсального характеру. Аж ніяк не всі люди, що симпатизують нам, викликають позитивні емоції, як і не всі люди, яким не подобаємося ми, викликають виключно негативне ставлення. Вплив взаємності може бути детерміновано і природою конкретної ситуації. Якщо вплив взаємності ґрунтується на величині заохочення, то результат буде багато в чому визначений ставленням до цього заохочення. Чинник взаємності має низку контекстів, облік яких важливий для розуміння соціально-психологічної феноменології. Зокрема, він може лежати в основі пояснення «раціонально незрозумілої» тяги дитини до бомжів, у яких вона отримує те, чого не дають батьки. Чинник подібності виявляється у тенденції позитивного ставлення до людей схожих поглядів, вчинків, переконань. Не викликає сумнівів, що для етапу встановлення міжособистісних стосунків факт виявлення подібності партнера має чи не вирішальне значення. Навіть для початку розмови з незнайомцем у транспорті необхідно знайти спільну тему діалогу, що сприяє швидкому розвитку взаємин та формуванню позитивного емоційного фону. Людям властива необхідність у підтримці зворотного зв'язку з іншими людьми для уточнення вірності власних уявлень. Отримання таких підтверджень збільшує привабливість людей. Інше пояснення припускає, що атрактивність подібних людей пов'язана з тим, що взаємини з ними комфортніші. Однак цей же чинник лежить і в основі «помилки репрезентативності», коли люди, перебуваючи у стані сумніву з будь-якого питання, починають звертатися за порадою до значущих інших. При цьому часто не враховується, що вони, як правило, дотримуються подібних поглядів і оцінок (власне кажучи, чому вони і вибираються як значущі) і не відображають всього спектру думок. Викладене зовсім не означає, що чинник подібності універсальний у формуванні атракції. Швидше, він є домінуючим на ранніх стадіях розвитку відносин. На пізніших стадіях такими можуть бути й інші, наприклад взаємодоповнюваність. У своїх відносинах ми прагнемо до пошуку людей, здатних сприяти задоволенню наших актуальних потреб. На користь цієї гіпотези свідчить певна життєва емпірія, яка полягає в тому, що люди часто виявляють схильність до встановлення тісних взаємин з тими людьми, з допомогою яких вони отримують можливість стати пристосованішими до вирішення прагматичних завдань. Часто у подібного роду позитивній оцінці має місце і своєрідна компенсація будь-яких власних недоліків (наприклад, людина зі слабким здоров'ям ідеалізує здорових людей). Особливу роль у формуванні атракції відіграє емпатія, що визначається як співчуття, співпереживання. Вона пов'язана, насамперед, із почуттям захищеності, неоднаковості людини. Наявність подібного роду відносин дає людині змогу зменшити негативну емоційну напругу, що приводить до почуття подяки до їх носія. Очевидно, що людина, яка сприяє досягненню актуальної мети, має високий потенціал атрактивності, і навпаки, люди, що фруструють її досягнення, є менш привабливими.

Досить очевидно, що якщо хто-небудь, хто володіє необхідним потенціалом, надає вам сприяння у досягненні значимої мети, то його атрактивність буде високою. Тим не менше, цей чинник також спрацьовує не завжди. Дослідники встановили своєрідну диференціацію на апатію і захоплення чимось компетентністю та симпатією до соціо-емоційних якостей.

Висновки. Отже, в результаті проведеного дослідження було виокремлено основні підходи до визначення міжособистісної атракції, її чинники. Результати можуть бути використані для поглиблення теоретичних підвалин теорії комунікації, комунікативної лінгвістики, психолінгвістики.

Література:

1. Гозман Л.Я., Ажгихина Н.Н. Психология симпатии / Л.Я. Гозман, Н.Н. Ажгихина. – М., Знание, 1998. – 96 с.
2. Киреева З.А. Личностные и поведенческие характеристики как свойства объекта, детерминирующие аттракцию / З.А. Киреева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Психологические науки». – №3. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – С. 216–223.
3. Коваленко О.Г. Атракція як феномен міжособистісного спілкування / О.Г. Коваленко // Практична психологія та соціальна робота. – К.: СОЦИС-ПРЕС, 2007. – № 2. – С. 44–48.
4. Кон И.С. Дружба: Этно-психологический очерк / И.С. Кон. – 3-е издание. – М.: Политиздат, 1989. – 350 с.
5. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погорыша В.М. Межличностное общение / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погорыша. –

СПб.: Питер, 2002. – 457 с. 6. Максименко С.Д. Особистість починається з любові / С.Д. Максименко // Практична психологія та соціальна робота. – К.: СОЦИС-ПРЕС, 2004. – № 9. – С.1–8.

6. Психологический словарь / Под общ. ред. Петровского А.В., Ярошевского М.Г. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
7. Сердюк Н.І. Атракція як психолого-педагогічна проблема // Збірник наукових праць (Психологічні науки), – № 4, – Бердянськ: БДПУ, 2007. – С. 31–36.
8. Huston T. Foundations of Interpersonal Attraction / T. Huston. – N.Y: Academic Press, 1974. – 422 p.
9. Newcomb T. The acquaintance process / T. Newcomb. – New York: Holt, 1961. – 303 p.

Косенко А. В. Роль межличностной аттракции в общении

Аннотация. В статье рассматриваются понятия межличностной аттракции. Выделены основные подходы к определению межличностной аттракции, ее причины.

Ключевые слова: аттракция, коммуникация, эмоция, отношение, привлекательность, индивид.

Kosenko A. The role of interpersonal attraction in communication

Summary. The article deals with the concept of interpersonal attraction. The main approaches to the definition of interpersonal attraction and its factors have been singled out.

Key words: attraction, communication, emotion, attitude, attractive, individual.

ЗМІСТ

РОМАНСЬКІ, GERMANСЬКІ ТА СХІДНІ МОВИ

<i>Адаменко О. В.</i> КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В АНГЛОМОВНІЙ ПОСТФЕМІНІСТИЧНІЙ ПРОЗІ СНІСКЛІТ...	4
<i>Аскерова П. С.</i> НАЦИОНАЛЬНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ В ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ АЗЕРБАЙДЖАНА.....	7
<i>Білінський Д. Ю.</i> ДИНАМІКА ВІДОБРАЖЕННЯ РОЛЬОВОЇ АСИМЕТРІЇ В МОВЛЕННЄВОМУ ЖАНРІ СІМЕЙНОЇ БЕСІДИ (НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ ХХ СТОЛІТТЯ).....	11
<i>Главацька Ю. Л.</i> ГРОТЕСКНИЙ ОБРАЗ ЛЮДИНИ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ БАЙОК: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	14
<i>Давидюк Н. О.</i> ГРА У СЛОВА ТА ЗІ СЛОВАМИ: ПОЛІТИЧНІ ОЦІНКИ ХЕШТЕГИ У ФРАНЦУЗЬКОМУ ТВІТТЕР-ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ХЕШТЕГОВИСВІТЛЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ У ФРАНЦІЇ У 2014 РОЦІ).....	17
<i>Дайнека Н. М.</i> ОСОБЛИВОСТІ КІБЕРБУЛІНГУ ЯК ФРАГМЕНТУ АНГЛОМОВНОГО КОНФЛІКТНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ.....	21
<i>Захарчук І. О.</i> ТЕКСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАРКЕРІВ ЗАПЕРЕЧЕННЯ.....	24
<i>Кайсіна Д. М.</i> ПОВТОР ЯК ЗАСІБ СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ІДЕАЦІЙНИХ ПРОМОВ).....	27
<i>Козловський В. В.</i> ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГРАМАТИЧНОЇ ФОРМИ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ).....	31
<i>Коломойченко А. Е.</i> ОДИН ЧЕЛОВЕК – МНОГО ИМЕН (ОБ ОНИМНОЙ СТРУКТУРЕ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ).....	34
<i>Лисовская А. О.</i> КИНОДИСКУРС КАК ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	37
<i>Максименко О. В.</i> КОГНІТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІКОНІЧНИХ І МЕТАФОРИЧНИХ ЖЕСТОВО-ВЕРБАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ТЕЛЕІНТЕРВ'Ю).....	40
<i>Матвієнкі О. С.</i> ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКІ ОЗНАКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ ДОБИ ПОСТМОДЕРНУ	44
<i>Монастирська Л. В.</i> РОЛІ Й МАСКИ В КОМУНІКАТИВНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АДВОКАТА.....	47
<i>Mykhaylenko V. V.</i> CONGRUENT: INCONGRUENT GENDER NOUNS IN THE SLAND TL.....	50
<i>Potenko L. O.</i> THE COMMUNICATIVE APPROACH TO TEACHING ENGLISH FOR SPECIFIC PURPOSES.....	56
<i>П'ятницька Т. В.</i> ВИГУКИ ЯК ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТИВНОЇ ТЕПЕРІШНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ.....	59
<i>Русакова А. В.</i> ПОНЯТТЄВО-ЦІННІСНИЙ ШАР ХУДОЖНЬОГО МЕГАКОНЦЕПТУ «АВАНТЮРИСТКА» ТА ЙОГО КОНЦЕПТУАЛЬНІ СКЛАДНИКИ.....	62
<i>Суворова Т. М.</i> АМЕРИКАНСЬКА ФОЛЬКЛОРНА БАЛАДА ЯК ЛІРИКО-ДРАМАТИЧНИЙ РІЗНОВИД ПОЕТИЧНОГО ТЕКСТУ.....	65
<i>Тищенко О. О.</i> ПЕРЕНОСНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛІВ У ЗАГОЛОВКАХ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ.....	68
<i>Цапів А. О.</i> НАРАТИВНІ ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ ДИДАКТИЧНОЇ ГРИ У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ ДЛЯ ДІТЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ КОРОТКИХ ОПОВІДАНЬ ЕНІД БЛАЙТОН «АМЕЛІЯ ДЖЕЙН»).....	71

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Колінько О. П.

НОН-ФІКШН ЯК ОСОБЛИВИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ БЕЛЕТРИСТИКИ.....74

Рижса У. В.

РЕАЛІЗАЦІЯ СЕМАНТИЧНИХ ФУНКЦІЙ ТОЧКИ ЗОРУ ЗА ДОПОМОГОЮ РІЗНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ.....78

Смольницька О. О.

МІФОЛОГІЧНІ ТА РЕАЛІСТИЧНІ ОРІЄНТИРИ ВИБРАНОЇ ПОЕЗІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЬМЕННИЦІ В РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО
ВІРИ ВОВК У ЗІСТАВЛЕННІ З ІНШОМОВНИМИ ВІРШАМИ УКРАЇНСЬКИХ ПОЕТІВ У ДІАСПОРІ.....82

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ, ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

Ігнатенко Д. Є.

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ НА ПОЗНАЧЕННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ТА ПЕРЦЕПТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГЕРМАНСЬКИХ І СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВАХ.....86

Коломієць О. М.

ЗВ'ЯЗНІСТЬ ВЕРБАЛЬНИХ ТА ІКОНІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ГАЗЕТНИХ СИНОПТИЧНИХ ТЕКСТІВ
АНГЛІЙСЬКОЇ, ПОЛЬСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ.....90

Лісун О. В., Советна А. В.

СПЕЦИФІКА КОНЦЕПТІВ-КОРЕЛЯТИВ У МЕТАФОРАХ ІЗ РЕФЕРЕНТОМ «КОХАННЯ»
(НА МАТЕРІАЛІ ЗІСТАВНОГО АНАЛІЗУ АВТОРСЬКИХ МЕТАФОР А. МЕРДОК ТА Г. АХМАТОВОЇ).....93

Меньшикова О. С.

ЗІСТАВНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЕМОТИВНОСТІ (СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНИЙ АСПЕКТ)
НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ.....96

Солюк Л. Б.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДІЄСЛІВ-ЗВ'ЯЗОК У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ (З УКРАЇНСЬКИМИ ПАРАЛЕЛЯМИ).....99

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Bordyuk L. V.

IDIOM OF LANGUAGE FROM A TRANSLATION PERSPECTIVE (BASED ON ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES).....104

Варламова А. А.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКОЙ ПРЕССЫ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ.....107

Гончаренко Е. П.

«ІНОДІ ЛИШЕ КІЛЬКА СЛІВ МАЮТЬ НАДЗВИЧАЙНУ СИЛУ»: ПЕРЕКЛАД ТА АНАЛІЗ
ГЕТТИЗБЕРЗЬКОЇ ПРОМОВИ АВРААМА ЛІНКЛЬНА.....110

Дорофеева М. С.

КОГНІТИВНІ ПЕРЕДУМОВИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ У СИНЕРГЕТИЦІ ПЕРЕКЛАДУ.....113

Кушнір Л. О.

СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ІМПЛІЦИТНОГО ЗМІСТУ ТВОРІВ ДЖ. Р.Р. ТОЛКІНА В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ.....118

Макаренко Ю. Г., Советна А. В.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ РЕАЛІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНІВ АГАТИ КРІСТІ.....123

Матюха Г. В., Карпінська М. О.

ФУНКЦІОНАЛЬНІ СТИЛІ СУЧАСНОЇ МОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО СТИЛЮ.....126

Найда А. М.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДІВ СТІЙКИХ НАРОДНИХ ПОРІВНЯНЬ ЯК ОСМИСЛЕНОГО ПРОЦЕСУ НАЦІОТВОРЕННЯ.....129

Спічка А. Г.

ОВОЛОДІННЯ УМІННЯМИ ПЕРЕКЛАДУ ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОЇ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ
СТУДЕНТАМИ МОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ.....132

НОТАТКИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: ФІЛОЛОГІЯ

Науковий збірник

№ 24 том 2, 2016

Серію засновано у 2010 р.

Коректор – Вишнякова Я.І.

Комп'ютерна верстка – Кузнєцова Н.С.

Підписано до друку 19.12.2016 р. Формат 60х84/8. Обл.-вид. арк. 15,73, ум.-друк. арк. 19,99.
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 200 примірників. Замовлення № 1912-16.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4392 від 20.08.2012 р.)

Україна, м. Херсон, 73034, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105. Тел. (0552) 39-95-80

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua