

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 46 том 2



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Збірник включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України зі спеціальності 035 «Філологія» на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 1471 від 26.11.2020 р. (додаток 3).

Видання 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 3 від 28.12.2020 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.; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **Г.П. Пекліна**, д. мед. наук, проф.; **О.В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики **М.В. Мамич**

Редакційна колегія серії «Філологія»:

С.В. Голик, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»; **І.І. Дмитрів**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української літератури та теорії літератури, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор кафедри германських та східних мов, Міжнародний гуманітарний університет; **А.А. Кісельова**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Національний університет «Одеська юридична академія»; **А.П. Ладиненко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **В.Я. Мізецька**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування, Міжнародний гуманітарний університет; **Г.В. Савчук**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та мовознавства, Міжнародний гуманітарний університет; **Ю.О. Томчаковська**, кандидат філологічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.В. Шевченко-Бітенська**, кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов № 1, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.К. Гадомський**, доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень, Інститут славістики, Опольський університет (Ополе, Польща).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

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», 2020

© Міжнародний гуманітарний університет, 2020

МОВОЗНАЧСТВО

Лучечко Т. М.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри практики англійської мови

Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

ВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СІРОГО КОЛЬОРУ В УКРАЇНСЬКИХ ТА АНГЛІЙСЬКИХ ПАРЕМІЯХ

Анотація. Розвідку присвячено дослідженню образно переосмислених уявлень про *сірий* колір у колективній свідомості носіїв української та англійської мов на основі його найуніверсальніших ознак, зафіксованих у текстах паремій.

Колір розглядається як одна з констант культури, що відображає шляхи формування, освоєння, закріплення в культурній пам'яті не лише загальних, а й національно забарвлених культурно значимих концептів, адже основою базових кольоронайменувань у різних мовах є певні універсальні прототиби, які водночас виступають міфологічними архетиповими символами: вогонь, рослинність, кров, небо, світло, темрява. У семантичній структурі основних кольороназв, що входять до складу лексичних комплексів, які функціонують в українській та англійській паремійних площинах, спостерігається розширення конотативного значення як наслідок вторинної семантичної деривації. Базові кольороназви мають позитивні (*золотий вік, silver lining, golden eggs*), негативні (*сірий як кнур, black sheep, gold ring*) чи нейтральні (*сіре мило, чорна земля, grey mare*) конотації, що зумовлено певним забарвленням їхніх прототипних ментальних образів.

Кольороназву *сірий* досліджено в зіставному аспекті на основі виявлених спільних і відмінних особливостей її мовної об'єктивації в українських й англійських прислів'ях з огляду на аксіологічне забарвлення її конотативних значень. У статті проаналізовано асоціативний спектр *сірого кольору*, який здебільшого балансує між нейтральним (*grey wolf – хижість, grey cats – невиразність*) і меліоративним (*grey hair – досвід, довголіття, мудрість*) векторами аксіологічної осі в англійських текстах та нейтральним (*сіре мило*) і пейоративним (*сірий кнур – підлість*) – в українських паремійних одиницях, за винятком *grey hair*, яке репрезентує в пареміях водночас позитивну (*мудрість*) та негативну (*смерть*) конотації.

Ключові слова: паремія, кольороназва, асоціативні паралелі, паремійна вербалізація, конотація.

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиліть із формуванням нової когнітивно-комунікативної парадигми в лінгвістиці спостерігається зростання інтересу до проблеми кольоропозначень. Слова-кольороназви досліджувалися з урахуванням лінгвістичного, психологічного, культурно-антропологічного аспектів. Дослідження кольороназв відбуваються в різних мовознавчих галузях – етимології, словотворі, ідіостилістиці, лінгвостатистиці, психолінгвістиці [1, с. 47], а вербалізація кольору пояснюється особливостями інтелектуальної діяльності людини, позаяк колір репрезентує чуттєвий досвід особистості/соціуму, що перебуває у складних взаємозалежностях стабільності/змінності, центричності/периферійності рефлексії на світ [2, с. 235].

Колір є однією з домінантних категорій культури, оскільки фіксує унікальну інформацію про колорит навколишньої природи, особливості історичного розвитку, взаємодії різних етнічних традицій, особливості поетичного сприймання довкілля [3, с. 109]. За допомогою кольору можна схарактеризувати та систематизувати предмети та поняття. Таким чином, незважаючи на універсальність способів людського світосприймання, у близькосторідних мовах простежуються численні відмінності в символіці кольору, що впливає, по-перше, на вибір носіями цих мов специфічних образів-еталонів, а по-друге – на специфічність семантики мовної одиниці з компонентом-кольороназвою [4, с. 72].

У контексті сучасної лінгвістики вивчення категорії кольору в мові потребує інтегрованого підходу. Мовознавці, типологи й етимологи, досліджуючи десятки мов, дійшли висновку, що існує ряд універсальних рис у системі позначення кольорів. Крім того, різне ставлення до певного відтінку відображається в образних висловлюваннях, фразеологізмах, прислів'ях, загадках, що існують у мові, позаяк вони акумулюють соціально-історичну, інтелектуальну та емоційну національно-марковану інформацію.

В. Жайворонко уважає паремії «найвищим проявом народного духу, глибин народної філософії...» [5, с. 19]. У пареміях типова подієва ситуація втілюється в узагальнений образний зміст. У результаті формується константа етнокультури, тобто концепт утілюється у вислів через його образне значення [5, с. 19].

Будучи одним із найдинамічніших вимірів зміни колективних уявлень у періоди трансформації суспільства, колір маркує аксіологічні аспекти явища, символізує про співмірність з етнічною колективною свідомістю, культурними асоціаціями певної нації [2, с. 235–236].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження мовної об'єктивації кольороназв у пареміях цінне передусім тим, що останні відображають специфіку образно-ситуативного мислення народу, його думки, що є наслідком аналітико-синтетичного пізнання закономірностей буття. Різномплановому аналізу кольоративів присвячено розвідки Л. Грановської, Т. Корсунської, В. Москович, (механізми колірної номінації), Р. Фрумкіної, Л. Шестак (семантика кольороназв), Л. Лаєнко, С. Рогуліної (колірні лексикони), А. Вежицької, І. Голубовської, Г. Яворської (символічне значення кольорів).

Мета статті – провести зіставне дослідження асоціативного фону сірого кольору в українському та англійському паремійних фондах.

Вклад основного матеріалу. Сислове навантаження кольороназв у різних мовах є своєрідним, адже, на думку А. Вежицької, фізіологія колірної сприйняття єдина,

а колірна концепція для представників різних культур неодноразова [6, с. 234], зокрема, асоціативні паралелі сірого кольору у свідомості українців та англійців можуть відрізнятися.

Колірна символіка виникає на основі культурних, міфичних, історичних, релігійних, політичних і мовних асоціацій. Символічні значення кольороназв розкривають широкий спектр конотацій у культурах, включаючи позитивні й негативні значення. Деякі кольороназви дуже часто актуалізуються в мовленні представників певних лінгвокультурних спільнот незалежно від віку, расової групи чи культури. З іншого боку, кольори закодують важливу інформацію, впливаючи на життя людини в соціумі ще до того, як вона усвідомлює це. Скажімо, символіка червоного та синього кольорів домінує в американській, проте часто нівелюється в інших культурах. В японській і корейській культурах спостерігаються як спільні тенденції домінування певної колірної семантики в обох культурах, так і національно-специфічне превалювання певного кольору з огляду на вік, стать, а також географічне розташування регіону. У свідомості дітей світлі кольори, приміром жовтий чи синій, здебільшого викликають позитивні емоції, щастя, міцність; водночас темні – чорний і сірий – провокують негативні емоції суму та злості [7].

Поняття про природу кольору відбивається в мові, утворюючи різні словосполучення з колірним прикметником, наприклад: *blue sea – голубе море, green grass – зелена трава, white wall – біла стіна, red fire – червоний вогонь*. Отже, об'єктом лінгвістичних пошуків стає також «палітра» кольороназв, використовуваних у різних мовних одиницях. Формування і розвиток мовних одиниць із кольороназвами мотивується екстралінгвістичними чинниками. У таких виразах можуть актуалізуватися як прямі, так і переносні символічні значення з національно-маркованими елементами, пов'язаними з культурними, історичними та економічними реаліями [8, с. 298].

Конвенціональне значення кольорів інколи впливає на семантику паремій, в яких воно актуалізоване. В обох досліджуваних паремійних корпусах можна натрапити на прислів'я з колірним компонентом, де семантика кольору збігається з його традиційним, символічним значенням: укр. *золотий ключ*, англ. *golden key*; укр. *сірі коту*, англ. *grey cats*. Проте не завжди прототипно зумовлена кольоросемантика вербалізується в пареміях обох зіставлених мов: *The fox may grow grey, but never good – горбатого могила справить*. Таким чином, підкреслюється етнонаціональна індивідуальність у сприйнятті, виокремленні та семантичному наповненні кольоропозначень.

У різних мовах лексичний вокабуляр на позначення кольорів кількісно різниться. Наприклад, англійська має відмінне від української членування колірної гами, позаяк англійському номену *blue* відповідає два українських – *голубий та синій*. *Сірий*, скажімо, в українській мовній свідомості асоціюється з буденністю (*сірі будні, така сірість*). В англійців *сірий* символізує шляхетність, елегантність, тобто має цілком відмінні конотації. Тому справедливим є також твердження про існування «національних смислів кольору» [9, с. 74].

Grey походить від Old English *græg*, спорідн. з Old High German *grāo*, Old Norse *grar* [10]. *Сірий* колір – проміжний між білим і чорним, барва попелу і хмар. У християнських релігійних обцинах він символізує відречення та смирення, меланхолію. Сіра, ординарна людина здатна творити довкола собі подібних, вона навіває байдужість і смуток. Дуже часто символізує безколірність та невизначеність, безликість, непри-

мітність [11, с. 229]: укр. *сіра кість, сірий мужик* (про людину, яка належить до непривілейованого класу, просту, неосвічену) [11, с. 229], *сірий кардинал* – англ. *grey eminence* (про, на перший погляд, непримітну людину, в руках котрої зосереджена справжня влада) [12], *сіра область* – англ. *grey area* (невизначеність у знаннях, правилах, ситуації) [12].

В англійській фразеології лексема *grey* часто позначає лише фізичне сприйняття кольору без усіляких психологічних перекладів у свідомості носіїв мови. Скажімо, в порівняннях *as grey as a bat's wing* (сірий, як миша) [13, с. 439], *as grey as lead* (сірий, як свинець) [13, с. 439] *grey* вербалізує асоціацію лише за кольором, але зіставлювані елементи *bat's wing* та *lead* надають цим фраземам різних змістових відтінків.

В англійському, як і в українському, паремійному просторі колірна назва *grey* пов'язана з невизначеністю і непримітністю. *All cats are grey in the dark; when candles are out, all cats are grey – вночі всі коту сірі* [13, с. 22] – не у всіх людей є визначальні риси, а їхня зовнішність стає неважливою в темряві, бо є непомітною. У цьому прислів'ї через сірий колір виправдовують небажані вчинки чи помилкові судження людей, оскільки ніхто не ідеальний. Французький відповідник аналізованого прислів'я вербалізує схожий образ *At night all cats are grey*, проте в угорській версії *At night all cows are black* актуалізовано образ *темних корів* замість *сірих котів* [14, с. 90]. Інколи це прислів'я застосовувалось у контексті вибору партнера. Перша англійська письмова згадка, саме у згаданому першому варіанті, датується 1596 р. Саме із сексуальним підтекстом аналізоване прислів'я жив у своєму листі Б. Франклін у 1745 р.: «Позаяк у темряві всі коту сірі, задоволення від спільного проведення часу зі старою жінкою є принаймні однаковим» [15, с. 5].

Співвіднесеність *сірого кольору* з непримітними, проте владними людьми у фразеології визначила також специфіку символічної функції цієї кольороназви в поєднанні з номеном *кобила* в англійському прислів'ї *The gray mare is the better horse* [14, с. 232], яке, однак, не має українського відповідника з аналогічною, актуалізованою в пареміях, кольороназвою. Цю народну мудрість, яку вперше було зафіксовано письмово у 1529 р. [15, с. 110], часто використовують для характеристики дружин, які верховодять у сім'ї, командує чоловіком, будучи компетентнішими та більш владними.

В англійському прислів'ї *The fox may grow grey, but never good – горбатого могила справить* [13, с. 194] *сірий* відображає не лише колір у прямому значенні, але старість/мудрість – у переносному. Зрілість отожднюється з набуттям досвіду, розуму, знань. Відповідно, сірий колір має позитивну конотацію. Проте в його українському відповіднику не застосовується конфронтація меліоративно забарвленого *grey* з негативним образом *fox (лисиця)*. Натомість у прислів'ї актуалізовано пейоративний образ *горбаня*.

Принцип творення образу в українському прислів'ї *Не за те вовка б'ють, що він сірий, а за те, що овечку з'їв* [16, с. 456] має свою специфіку. *Сірий вовк*, як і англійська *сіра лисиця*, не набуває різко негативної аксіологічної спрямованості, а радше спочатку нейтральної, а згодом – негативної через актуалізацію додаткових характеристик: у випадку з англійською лисицею – це сумнів у її щирості та доброті (у свідомості англійців, як і українців, лисиця асоціюється з хитрістю, пор. англ. *as cunning as a fox* та укр. *хитрий як лисиця*); український *сірий вовк* (у прислів'ї нейтральний образ) спричинив агресію

у свій бік (набув різко пейоративної конотації) через надмірну хижість та ненаситність.

В англійській мові спеціалізація функцій *сірого* в пареміях виражена непослідовно, позаяк співвіднесеність його з мудрістю в одному прислів'ї цілком заперечується в іншому: *Fools never get grey hair* [17]; *Grey hair is a sign of age, not of wisdom* [17]. У першому прикладі *grey hair* слугувало основою для асоціювання його з мудрістю та досвідом через актуалізацію антонімічних відношень з образом дурня (*fool*). Проте у другому прислів'ї позитивна символічна функція *сірого волосся* зводиться до нейтральної конотації, позначаючи вік, можливо, досвід, але ніяк не мудрість.

Пейоративна конотація *сірого* як поганієї прикмети та передвісника біди мовно об'єктивована також в англійському прикладі *Grey hairs are death's blossoms* [17], де метафора *сіве волосся*, вказуючи на вік людини, символізує один із найбільших людських страхів – наближення кінця життя, смерть.

В українській колективній свідомості колоронім *сірий* може мати діаметрально протилежні позначення (позитивне – негативне забарвлення), вербалізовані в прислів'ях, як-от: *Мило сіре, та миє біло*; *Сіре, як той кнур сірий товстий* [16, с. 159]. Перше з них – *сіре мило*, наочна асоціація за кольором з нейтральною конотацією безколірності та невиразності, що позначає, на перший погляд, звичайну, непримітну людину чи вчинок, що згодом набуває похвальних характеристик, наближаючись до позитивного вектора на аксіологічній осі. Друге – вирізняється своїм пейоративним відтінком за асоціацією із *сірим кнуром*, який, вочевидь, символізує неохайність та підлість і має ще один варіант – *свиня свинею*.

Номен *grey* в англійській паремії *The person who doesn't scatter the morning dew will not comb grey hairs* [17] засвоюється за прямою асоціацією за кольором, адже *сіве волосся* в аналізованому прикладі позначає зрілість чи навіть старість, тобто довге життя в позитивному аспекті, як довголіття. Аналізоване ірландське прислів'я має амбівалентне значення: по-перше, початкова частина виразу *the person who doesn't scatter the morning dew* може символізувати насолоду життям, догодження власним примхам, тобто отримувати найрізноманітніший досвід: від позитивного до негативного без жодних докорів сумління; по-друге, негативна асоціація з лінивством (як-от, залежатись у ліжку) смислово зближує його з англійським висловлюванням *Early to bed, early to rise makes a man healthy* (а отже, довгожителем), *wealthy and wise* та українським *Хто рано лягає і рано встає, здоров'я, багатство і ум наживе* [13, с. 303].

Висновки. Символічне освоєння *сірого* кольору в англійському культурному ареалі має дуальне забарвлення на аксіологічній осі світосприймання, балансує між нейтральною межею (*grey wolf* – хижість, *grey cats* – невиразність) та позитивною (*grey hair* – досвід, довголіття, мудрість). Щоправда, образ *grey hair* може актуалізувати в пареміях діаметрально протилежні значення: з одного боку, меліоративну конотацію мудрості, а з іншого – її заперечення, а також пейоративну конотацію смерті.

В українських пареміях менш квантитативно репрезентований *сірий* колір не набуває меліоративного забарвлення, на відміну від англійського *grey hair*, натомість осмислюється як нейтральний образ (*сіре мило*) або негативний (*сірий кнур* – підлість).

Література:

1. Яворська Г.М. Мовні концепти кольору (до проблеми категоризації). *Мовознавство*, 1999. № 2–3. С. 43–50.
2. Шевченко Л.І., Дергач Д.В. Колористика в сучасному мовознавстві: традиційне і нове. *Studia linguistica*. Київ : Київський університет, 2011. Вип. 5 (2). С. 234–239.
3. Жайкынбекова Ш.К. Моделирование концепта как метод выявления этнокультурной специфики. *Материалы IX Конгресса МАПРЯЛ*. Братислава, 1992. С. 107–112.
4. Мізін К., Анурина І. Усталені порівняння англійської та німецької мов на позначення хроматичних кольорів: спільне й відмінне. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2013. Вип. 115. С. 72–75.
5. Жайворонок В.В. Українська етнолінгвістика: Нариси : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Довіра, 2007. 262 с.
6. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.
7. Harshani Chathurika. Cross-cultural emotion and symbolic meanings of colour. URL: <https://medium.muz.li/cross-cultural-color-and-emotion-eaacb7865840>
8. Соловйова О. Колороніми та особливості їхнього перекладу в процесі вивчення іноземних мов. *Наукові записки Вінницького державно-педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*. Вінниця : ТОВ «фірма «Планер», 2013. Вип. 17. С. 296–299.
9. Клименко О.Л., Горанова Ю.В. Національно-культурна специфіка вербалізації колірної картини світу. *Нова філологія* : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. № 55. С. 73–75.
10. Online Etymology Dictionary / ed. director Douglas Harper. 2010. URL: <http://www.dictionary.com/>
11. Словник української мови : в 11 т. / редкол. : І.К. Білодід (голова) та ін. Київ : Наук. думка, 1978. Т. 9. 916 с.
12. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>
13. Англо-український фразеологічний словник / уклад. К.Т. Баранцев Київ : Рад. школа, 1969. 1051 с.
14. The Oxford Dictionary of Proverbs / ed. by J. Speake. Oxford University Press, 2007. 625 p.
15. Manser M.H. The Facts on File. Dictionary of Proverbs / associate editor, R. Fergusson, D. Pickering. New York : An Inprint of Infobase Publishing, 2002. 499 p.
16. Українські прислів'я, приказки і таке інше : зб. О.В. Марковича та ін. / уклад. М. Номис. Київ : Либідь, 1993. 764 с.
17. Special dictionary. URL: <http://www.special-dictionary.com/proverbs/keywords/grey/3.htm>

Luhechko T. Verbal representation of grey colour in Ukrainian and English proverbs

Summary. The paper attempts to provide a comparative study of the proverb manifestation of figuratively reinterpreted ideas about grey colour in the consciousness of Ukrainian and English speakers with regard to its universal features verbalised in proverb texts.

Colour is considered as one of the aspects of culture, which reflects the ways of formation, development, consolidation in cultural memory of not only general, but also nationally coloured culturally significant concepts. The basic colour names in different languages are assumed to originate from universal prototypes, which simultaneously act as mythological archetypal symbols: fire, vegetation, blood, sky, light, darkness. The semantic structure of the main colour names in the Ukrainian and English proverbial corpora is characterised by the extension of connotative meaning as a consequence of secondary semantic derivation. Basic colour names are assumed to have positive (*золотий вік*, *silver lining*, *golden eggs*), negative

(сірий як кнур, *black sheep*, *gold ring*) or neutral (*сіре мило*, *чорна земля*, *grey mare*) connotations, which is due to a certain colour of their prototype mental images.

The the universal and nationally distinguished features of the proverbial verblisation of *grey* colour in Ukrainian and English are explored in respect of the axiological aspect of its connotations. The paper reports on the associative parallels of *grey*, which mainly balance between neutral (*grey*

wolf – *predation*, *grey cats* – *inexpressiveness*) and positive (*grey hair* – *experience*, *longevity*, *wisdom*) endpoints of the axiological continuum in English proverbs, and neutral (*сіре мило*) and negative (*сірий кнур* – *meanness*) – in Ukrainian proverbial texts, except for *grey hair*, which can represent both positive (*wisdom*) and negative (*death*) connotations in paroemias.

Key words: paremia, colour name, associative parallels, paremia verbalisation, connotation.

*Малишівська І. В.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри англійської філології**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника**Близнюк Т. О.,**кандидат педагогічних наук, доцент,**доцент кафедри педагогіки початкової освіти**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

ЕКСПРЕСИВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕТЕРМІНОЛОГІЗОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В РОМАНІ ГЕРБЕРТА ВЕЛЛСА «МАШИНА ЧАСУ»

Анотація. Статтю присвячено дослідженню наукових термінів з метою надання тексту емоційно-експресивних відтінків. За допомогою цих лексичних одиниць роль термінологічної лексики в системі художньо-естетичних засобів збагачення мови наукової фантастики зростає. Автор вживає терміни з означеннями, вводить їх до складу метафоричних та порівняльних конструкцій, персоніфікує їх і робить складником таких стилістичних фігур, як гіпербола та аллюзія. Досліджено, що найчастіші випадки такого вживання термінів бувають тоді, коли в основі переносного контекстуально-го значення спеціального слова лежать суб'єктивно-авторські асоціативні ознаки, що реалізуються лише в умовах певного контексту. Такий спосіб уживання термінів різних галузей наук Гербертом Веллсом свідчить про його великий творчий талант і вміння зацікавити читачів, які не відчують ніякого перевантаження тексту складними науковими термінами.

У результаті аналізу різних випадків уживання термінів з епітетами у складі метафор, персоніфікацій, порівняльних конструкцій та інших стилістичних фігур стає цілком зрозуміло, що автор науково-фантастичного роману Герберт Веллс вирізняється власним індивідуальним стилем. Усі конструкції з використанням термінів свідчать про надзвичайно широкий спектр авторського творчого мислення, його цікаві асоціації, пов'язані з тими чи іншими термінами. Веллс створює образи узагальнені, символічні, часто покладаючись на власні аналогії, проведені між певними, загально зрозумілими поняттями, об'єктами, явищами й термінами, які позначають щось наукове, нове та інколи складне для розуміння. Тому досить вагомими в художньому контексті виявляються індивідуально-авторські метафори, оскільки вони вимагають розуміння дійсності крізь призму світовідчуття навколишньої дійсності власне автором. У романі проаналізовані такі детермінологізовані лексичні одиниці: терміни, вжиті з означенням, терміни в метафоричних конструкціях, терміни, введені до порівняльних конструкцій, та персоніфіковані терміни.

Ключові слова: детермінологізація, метафора, персоніфікація, епітет, порівняльні конструкції.

Постановка проблеми. У Герберта Веллса є талант зацікавити читача, і завдяки оригінальним авторським прийомам введення термінів у текст письменник позбавляє відчуття змістового перевантаження науковою термінологією. Терміни мають здатність підпорядковуватися певному художньому словесному

оточенню і певній експресивній тональності твору, набуваючи відповідного стилістичного забарвлення. У такий спосіб терміни набувають певних стилістичних функцій, збагачують мову художнього тексту і водночас спонукають читача до роздумів, адже потрібно трактувати значення термінів з різних поглядів. У наш час, коли термінологія багатьох галузей науки, техніки і виробництва, яка була колись вузько спеціальна, стала загально-новітньою не тільки в книжно-літературному, а й в усно-розмовному вжитку, змінився і її стилістичний статус. Вона стала органічним і масовим компонентом сучасної мови, в тому числі й мови художніх творів. Відтворюючи в художніх образах характерні риси сьогодення, письменники не можуть ігнорувати і мовних прикмет суспільної дійсності [1].

Автори науково-фантастичних творів уводять різні наукові терміни в текст, використовуючи індивідуально-авторські способи і прийоми, і в такий спосіб надають термінам певного емоційно-експресивного забарвлення. Саме так терміни втрачають властиву їм нейтральність і в умовах певного контексту набувають певної образності. Ця образність створюється саме завдяки зіставленню двох змістових планів – відомого і нового, адже художня образність створюється на основі прямого значення терміна. При цьому, звичайно, передбачається, що читач досить підготовлений для того, щоб на фоні добре вже йому відомого прямого значення терміна в його мовній свідомості проектувалося зумовлене відповідним нестандартним контекстом переносне, метафоричне, тропеїчне значення, кожен раз інше, індивідуальне, суб'єктивно авторське. Відповідно, терміни, які використовуються письменниками-фантастами, зазнають експресивної детермінологізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спроби окреслити термін як мовну одиницю та виявити його лінгвістичні та стилістичні прикмети під час його вживання в неоднорідних видах текстів у різних функціональних стилях мовлення здійснювало багато дослідників: О. Ахманова, Б. Головін, Т. Кияк, С. Коваленко, Д. Лотте, В. Мозговий, Т. Панько, О. Селіванова, А. Суперанська, І. Ющук та ін. Найбільше термінологічних одиниць містять літературні твори жанру фантастики, в яких зазвичай описані найновіші досягнення людства або навіть змальовані технології майбутнього. Цікавість цієї теми полягає в тому, що науково-фантастичні твори є надзвичайно популярними, адже висвітлюють здебільшого досягнення науки та техніки.

Мета статті – виявлення експресивно-стилістичних властивостей детермінологізованої лексики в романі Герберта Веллса «Машина часу».

Виклад основного матеріалу. У науково-фантастичних творах необхідними є описи та пояснення результатів різних досліджень, аргументації власної авторської думки. Для досягнення цього автором вживаються стилістичні засоби виразності. Особливістю творів Герберта Веллса є те, що він використовує різні стилістичні фігури (а саме метафори, персоніфікації, гіперболи, алюзії тощо) за допомогою введення до їх складу термінів з різних галузей науки. Тому термінологічна лексика в контексті творів наукової фантастики є необхідним засобом художнього осмислення дійсності. У романі «Машина часу» спостерігаємо такі випадки експресивної детермінологізації термінологічної лексики:

- вживання термінів з означенням, емоційна експресивність якого поширюється на об'єктивно нейтральне слово, позначуване терміном;
- вживання термінів у метафоричних конструкціях;
- персоніфікація термінів, коли об'єкт, позначуваний експресивно нейтральним терміном, виступає як жива істота;
- введення термінів до складу порівняльних конструкцій;
- терміни як складова частина різних стилістичних засобів.

Вживання термінів з епітетами. Термінологічні слова, вжиті в художньому тексті навіть без спеціальної стилістичної настанови, в цілком нейтральному «прозаїчному» плані з метою номінації відповідних об'єктів, не залишаються, однак, абсолютно нейтральними естетично. Можна умовно виділити деякі найбільш виразні випадки експресивної детермінологізації, викликані безпосередніми контактами термінів з елементами інших лексичних категорій. Це насамперед уживання терміна з означенням, емоційний вплив і психологічне забарвлення якого поширюється і на означуваний терміном об'єктивно нейтральний предмет. Часто це емоційно насичені слова, які вживаються як препозитивний або постпозитивний компонент терміна. Засобом створення емоційно-експресивного забарвлення терміна можуть виступати і прикметники в ролі означення. Як правило, ці слова не є термінами, а виступають епітетами, що характеризують термін, вносять емоційно-експресивний відтінок. Препозитивне щодо термінів використання прикметників-означень з яскраво вираженим емоційно-експресивним наповненням – емфатичний прийом, який дозволяє посилити виразність термінів. Герберт Веллс вживає такі **терміни з епітетами**: *great length, scientific diagram, flat surface, crystalline bar, translucent quartz, rudimentary civilization, volatile substance, colossal figure, horrible creature, perfected nature, bright planet* та ін. У такий спосіб ці терміни вже по-іншому сприймаються читачем. Він створює у своїй уяві якісь певні образи завдяки цим використаним епітетам.

“The thing was generally complete, but the twisted crystalline bars lay unfinished upon the bench beside some sheets of drawings, and I took one up for a better look at it” [2, с. 37].

Медицинський термін *нудота (nausea)* вживається з епітетом *смертельна (deadly)* для кращого вираження емоцій головного героя перед небезпекою.

Вживання термінів у метафоричних конструкціях. У мові наукової фантастики терміни можуть використовуватись автором у складі метафоричних конструкцій. У метафорі відображається здатність людини вловлювати схожість і подібність між різними індивідами, класами об'єктів, а потім за цією

схожістю переносити назви справжнього носія чи функції на характеризовану особу або предмет [3, с. 329].

У разі метафоризації терміна замість конкретного значення формується узагальнене, що спричиняє ускладнення семантичної структури слова [4, с. 7], бо характер образних асоціацій у митця дуже неоднорідний. Одні асоціації пов'язані зі значенням терміна. Вони виникають саме як результат застосування термінологічного поняття в якійсь іншій, не пов'язаній з цією терміносистемою, сфері людської діяльності. Підставою для такого перенесення терміна якраз і є близькість його значення до певних понять цієї сфери людських стосунків. Існують різноманітні підходи до класифікації метафор. У нашому дослідженні апелюємо до класифікації, запропонованої Н. Арутюновою [5, с. 10], яка розглядає метафори чотирьох типів: номінативні, образні, когнітивні та генералізуючі. Аналізуючи метафори, створені автором роману «Машина часу», виділяємо номінативні та образні метафори. Номінативні метафори можуть ґрунтуватися на безумовній аналогії:

“We are kept keen on the *grindstone of pain* and necessity, and, it seemed to me, that here was that hateful grindstone broken at last” [2, с. 55].

“But the Milky Way, it seemed to me, was still the same tattered streamer of star-dust as of yore” [2, с. 78]. Молочний Шлях у реченні порівнюється зі споконвічним потоком зоряного пилу.

Як свідчить проаналізований матеріал, Герберт Веллс використовує для створення метафор терміни з різних наук – медицини, астрономії, біології, хімії та ін. Отже, термінологічна лексика, що розширюється за рахунок метафоричних новотворів, слугує джерелом збагачення виразних засобів художнього мовлення. Терміни в певних умовах контексту мають можливість метафорично передавати поняття гіпотетичної більшості, перетворюючись на стилістичний прийом передачі образу.

Персоніфікація термінів. Герберт Веллс часто використовує в мові наукової фантастики і такий випробуваний художній прийом, як *персоніфікація*, коли означуваний експресивно нейтральним терміном об'єкт наділяється якостями живої істоти. Уособлення вважається найвиразнішою ознакою фольклору, зокрема казок, легенд, народних оповідок, загадок [6].

Автор персоніфікує термін «Машина часу» – *the Time Machine*, наголошуючи на тому, що машина запрацювала.

“It was at ten o'clock today that the first of all Time Machines began its career” [2, с. 43].

Схожим є і приклад з роману, в якому проілюстроване порівняння людини із властивостями Всесвіту:

“Well, on the third day of my visit, that was how the *world of Eight Hundred and Two Thousand Seven Hundred and One presented itself to me!*” [2, с. 63].

У цьому випадку автор наділяє світ властивостями людини. Адже лише людина може себе репрезентувати, а не світ. До того ж автор вводить для підсилення зворотний займенник *itself*, що саме світ виконує цю функцію.

Терміни як складова частина різних стилістичних засобів. Заслужують уваги і випадки, коли наукові терміни є складниками таких стилістичних фігур, як гіпербола та алюзія. Розглянемо випадок, в якому гіпербола утворена за допомогою терміна: “The *palpitating greyness* grew darker; then – though I was still travelling with *prodigious velocity* – the blinking succession of day and night, which was usually indicative of a slower pace, returned, and grew more and more marked” [2, с. 94] – автор перебільшує розміри жилки нітрату натрію, яка була знайдена вченими.

“Then I saw the thing was really a **monstrous crab-like creature**” [2, с. 95].

Веллс вдало апелює до маловідомого оповідання Грента Аллена «Pallinghurst Barrow», де сучасна людина зустрічає палеолітичних привидів: “For a queer **notion of Grant Allen’s** came into my head, and amused me. If each generation die and leave ghosts, he argued, the world at last will get overcrowded with them” [2, с. 65].

На рівні тексту спостерігаємо приклади повторення та перелічення термінів. Наприклад,

– повторюється математичний термін, який означає четвертий вимір:

“Really this is what is meant by **the Fourth Dimension**, though some people who talk about **the Fourth Dimension** do not know they mean it” [2, с. 32];

– повторюється термін *Time Machine*:

“Did I ever make a **Time Machine**, or a model of a **Time Machine**?” [2, с. 100].

Дуже часто в романі використано перелічення термінів різних тематичних груп. Наприклад: *перелічення математичних термінів*: “Clearly,” the Time Traveller proceeded, “any real body must have extension in FOUR directions: it must have **Length, Breadth, Thickness, and – Duration**” [2, с. 31];

перелічення геологічних термінів: “Parts were of **nickel**, parts of **ivory**, parts had certainly been filed or sawn out of **rock crystal**” [2, с. 37].

Порівняльні конструкції. Термінологічні слова в широких *метафоричних порівняннях*, де вони виступають і у своєму точному прямому значенні та, входячи до складу розгорненого тропа, можуть також сприйматися водночас у плані переносному [7, с. 145].

“My general impression of the world I saw over their heads was a tangled waste of beautiful bushes and flowers, a long neglected and yet weedless garden” [2, с. 49] – це речення має глибше значення, аніж здається з першого погляду. Аналізована метафора виражає негативне значення. Герберт Веллс описує, що коли його головний герой дивиться на світ, він бачить красиве місто, але покинуте і в руїнах. Цікавим здається і введення *астрономічних термінів до складу порівняльних конструкцій*, наприклад:

“I suppose it took her a minute or so to traverse the place, but to me she seemed to shoot across the room **like a rocket**” [2, с. 41].

Різні способи і прийоми стилістичного використання аналізованих термінів у науково-фантастичному романі зумовлюють зміни в їхній семантиці, появу певних конотативних відтінків.

Висновки. Отже, використання наукової термінології у мові наукової фантастики – це природне явище. Простежений шлях вживання цієї групи термінологічної лексики – від прямого до переносного – свідчить про великі художньо-зображувальні можливості майстра слова Герберта Веллса, його вміння доречно використовувати терміни на позначення понять, пов’язаних з науково-технічними досягненнями людства, шукати нові грані й асоціативні зв’язки. І, безперечно, використання термінів у мові наукової фантастики збагачує мову новими художніми й образно-зображувальними засобами. Різні способи і прийоми стилістичного використання аналізованих термінів у науково-фантастичному романі зумовлюють зміни в їхній семантиці, появу певних конотативних відтінків. У романі проаналізовані 109 детермінологізованих лексичних одиниць. Із цієї кількості 43,2% припадають на терміни, вжиті з означенням; 15,6% становлять терміни у метафоричних конструкціях, на терміни, вве-

дені до порівняльних конструкцій, припадає 21,1%; найменше відсотків становлять персоніфіковані терміни – 7,3%; терміни як складова частина різних стилістичних засобів – 12,8%. Отже, терміни різних галузей становлять продуктивний матеріал для формування нових лексико-стилістичних засобів.

Література:

1. Власенко В.В., Цепколенко А. О. Термінологічна лексика в поезіях Івана Драча. URL: http://www.nbu.gov.ua/Articles/kultnar/knp200232/knp32_9.doc
2. Wells H.G. The Time Machine & Other Works. Hertfordshire : Wordsworth Editions Limited, 2017. 343 p.
3. Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. Стилістика української мови : підручник ; за ред. Л.І. Мацько. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.
4. Бевз Т.О. Загальні закономірності семантичної деривації (на матеріалі неологізмів педагогічної галузі). *Наукові записки*. Кіровоград, 2001. Вип. 35. С. 3–7.
5. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. *Теория метафоры*. Москва : Прогрес, 1990. С. 5–32.
6. Бібліотека української літератури. URL: <https://ukrclassic.com.ua/katalog/teoriya-literaturi/2756-personifikatsiya>
7. Алексеева Л.М. Термин и метафора: семантическое обоснование метафоризации. Пермь : ПГУ, 1998. 250 с.

Malyshivska I., Blyzniuk T. Expressive-stylistic peculiarities of determinologised vocabulary in Herbert Wells’ novel “Time Machine”

Summary. The article is devoted to the investigation of scientific terms with the aim of giving new emotionally expressive colors to the text. It has been found that the importance of terminological vocabulary in the process of enriching the system of artistic – aesthetic means of the science fiction language is growing constantly. The author uses terms with attributes, inserts them into metaphorical and comparative constructions, personifies them and makes them the constituent part of such stylistic figures as hyperbole and allusion. It has been investigated that the most common occasions of such usage of terms happen when author – subjective associative indications which may be realized only in some determined context form the basis of figurative contextual meaning of a special word. Such way of Herbert Wells’ usage of terms from different scientific spheres reveals great creative talent and the skill of attracting readers who don’t feel any overloading of the text by complicated scientific terms. Analyses of different occasions of usage terms with epithets as a part of metaphors, personifications, comparative constructions and other stylistic figures reveals the fact that Herbert Wells, the author of the science fiction novel, stands out as the prominent writer having his own individual style. All constructions in which terms are used show a very wide range of the author’s creative thinking, his interesting associations connected with different terms. Wells creates images which are rather general and symbolic, he often relies on his own analogies drawn between certain commonly used notions, objects, phenomena and terms which nominate something scientific, new and sometimes difficult for understanding. Consequently individual author metaphors are rather important as they require understanding of the reality in the light of the author’s understanding of the surrounding world. In the novel the following determinologised lexical units are analyzed: terms with attributes, terms in metaphorical constructions, terms used in comparative constructions and personified terms.

Key words: determinologisation, metaphor, personification, epithet, comparative constructions.

Маторіна Н. М.,кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германської та слов'янської філології
Донбаського державного педагогічного університету

ТЕОРЕТИЧНІ Й ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ «КОРОНАВІРУСНОЇ» ЛЕКСИКИ І ФРАЗЕОЛОГІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Анотація. Важливим аспектом дослідження динаміки будь-якої мови, інноваційних процесів у ній є вивчення задіяних механізмів поповнення чи оновлення словникового складу. У розвинених мовах світу, за свідченнями лінгвістів, у середньому за рік з'являється майже 800 неологізмів. Це спонукає науковців не лише фіксувати нові слова, а й здійснювати їх ґрунтовний аналіз. Наукова студія присвячена опису семантики й функціонуванню т. зв. коронавірусної лексики і фразеології в українській мові, вияву нових тенденцій у процесі неологізації окресленого прошарку мовних одиниць. Хронологічно аналіз таких номінацій охоплює 2020 рік – початок 2021 року, фактичним матеріалом для нього слугували тексти сучасної української періодичної преси й електронні ресурси (інформаційні сайти й портали, інтернет-видання). Під час дослідження зафіксовано значну кількість нових номінацій: до лексичного корпусу залучено медичні терміни, спеціальну лексику в галузі освіти, лексеми на позначення сьогоденних реалій із засобів масової інформації як маркерів життєдіяльності сучасного соціуму в умовах коронавірусної кризи. Схарактеризовано перші теоретичні засади вивчення коронавірусної лексики і фразеології, простежено вплив екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників на інноваційні процеси, зокрема на поповнення цієї тематичної групи слів і словосполучень новими найменуваннями в контексті змін в українському суспільстві та на міжнародній арені; описано явище актуалізації слів, які нещодавно ще були на периферії лексичної системи, а впродовж 2020 року набули статусу одиниць активного лексикону. Проаналізовано семантичну структуру й трансформації, функціонально-прагматичні особливості, основні способи творення коронавірусної лексики та фразеології. Для подальшого вияву структурно-семантичних особливостей коронавірусної лексики та фразеології доцільним вважаємо лінгвістичні спостереження та фіксацію змін зазначеної тематичної групи інновацій.

Ключові слова: неологізація, неологізм, новотвори, коронавірусна лексика, коронавірусна фразеологія, «слова-свідки».

Постановка проблеми. Мова й суспільство перебувають у постійному взаємозв'язку: з одного боку, розвиток і функціонування мови зумовлені станом суспільства, з іншого – мова є невичерпним джерелом пізнання життя суспільства, його історичної долі та особливостей світосприймання. Отже, мова – явище суспільне. Вона виникла в суспільстві, обслуговує його, є однією з найважливіших ознак суспільства й поза ним існувати не може. І, навпаки, суспільство без мови не існуватиме.

Лексична система української мови від початку ХХІ століття є відкритою, «відповідає» на всі виклики часу й соціуму.

Динамічні процеси в українській мові 2020 р. – початку 2021 р., кількісні та якісні зміни лексико-семантичної системи засвідчують щільний зв'язок розвитку й функціонування її в нових світових реаліях і запитів українського суспільства. Пандемія коронавірусної інфекції охопила практично всі країни світу. Серед основних процесів поповнення української лексики та фразеології в окреслений період, зумовлених пандемією COVID-19, важливе місце посідає неологізація, що має вияв у творенні нових слів, словосполучень з новими значеннями, розмовних словоформ, в актуалізації та функціональній переоцінці лексичних одиниць, які вже давно наявні в мові, у трансформації фразеологізмів тощо. Усі ці інновації потрібно не лише констатувати, фіксувати, а й піддавати ґрунтовному аналізу, окреслити основні тенденції розвитку, функціонування, схарактеризувати структурно-семантичні, словотвірні, граматичні особливості тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зв'язку з інтенсивним поповненням української лексики і фразеології неологізмами на початку ХХІ ст. сучасні українські мовознавці виявляють підвищений інтерес до аналізу інновацій окресленого періоду. У наукових розвідках досліджують у словниковому складі інноваційні процеси, взаємопов'язані зі змінами в суспільстві, здійснюють аналіз функціонування неологізмів у різних комунікативних сферах. Окремі аспекти оновлення лексикону сучасної української мови висвітлено в наукових працях О.А. Сербенської та М.Й. Волощак [1], Д.В. Мазурик [2], О.А. Стишова [3; 4], І.М. Кочан [5], Ж.В. Колоїз [6], Н.Ф. Клименко, Є.А. Карпіловської і Л.П. Кислюк [7], М.І. Навальної [8], Н.О. Поліщук [9] та ін.

Систематизований і проаналізований матеріал дає змогу вважати актуальним і доцільним дослідження ще одного аспекту неологізації в українській мові, а саме вивчення т. зв. «коронавірусної» лексики та фразеології (термін *робочий*). У 2020 р. було оприлюднено низку цікавих наукових розвідок, в яких висвітлено різні спрямування дослідження «коронавірусної» лексики та фразеології. Аналізу рекламної лексики (на матеріалі українських і словацьких текстів), поширення якої зумовлено темою COVID-19, присвячена наукова стаття Л.Д. Ходи [10], в якій репрезентовано тематику найчастотніших слоганів, мовні особливості творення соціальної та комерційної реклами. Авторка резюмує: «коронавірусна» лексика розширила мовний діапазон текстів як українського, так і словацького рекламного простору. У дослідженні Т.В. Весни та Т.В. Телецької на матеріалі французького медійного дискурсу визначено вплив сучасного соціального контексту під час пандемії COVID-19 на лінгвістичну ситуацію, зокрема появу нових елементів форми, змісту, функціонування тощо [11].

Попри підвищене зацікавлення лінгвістів проблемами збагачення словникового складу української мови, зокрема лексико-фразеологічними інноваціями, потрібно акцентувати на незначній кількості наукових розвідок, присвячених неологізаційним процесам у сучасній коронавірусній лексиці та фразеології, здійснених завдяки системному аналізу значного за обсягом фактичного матеріалу. У сучасній україністиці сьогодні майже немає наукових праць, в яких би дослідники аналізували неологізаційні процеси в царині лексико-фразеологічних інновацій періоду коронавірусної пандемії. Саме тому поглиблене дослідження порушеної проблеми видається актуальним, надзвичайно важливим і перспективним для розвитку сучасної україністики.

Метою статті є аналіз лексико-семантичних інновацій мовлення українців під час пандемії коронавірусної інфекції COVID-19. Мета роботи передбачає виконання таких завдань: 1) визначити тематичні різновиди коронавірусної лексики та фразеології, з'ясувати її структурно-семантичні особливості; 2) характеризувати процес засвоєння, а також проаналізувати особливості функціонування коронавірусної лексики і фразеології в мовленні українців; 3) визначити основні способи творення коронавірусного лексикону.

Актуальність дослідження зумовлена потребою поглибленого аналізу неологізації української коронавірусної лексики та фразеології з метою визначення семантичних, словотвірних і функціонально-прагматичних особливостей коронавірусних неологізмів та виокремлення найважливіших тенденцій у цьому процесі, вона обґрунтована відсутністю праць такого спрямування.

Джерельною базою дослідження послуговував фактичний матеріал коронавірусної лексики, який містить понад 300 одиниць. Перелік лексичних інновацій, схарактеризованих у дослідженні, не є вичерпним, оскільки проблеми, спричинені пандемією коронавірусу, спонукають до активної наукової та суспільної діяльності, яка обов'язково знайде свій подальший відбиток у мові.

Одним зі способів вивчення неологізації словникового складу є спостереження над функціонуванням нових лексичних одиниць, добір яких здебільшого здійснено з текстів українських засобів масової інформації («Газета по-українськи», «Голос України», «Демократична Україна», «Довкілля та здоров'я», «Здоров'я і довголіття», «Медична газета «Здоров'я України»», «Медична освіта», «Молодь України», «Освіта», «Сучасна освіта України», «Україна молода», «Український медичний часопис») та електронних ресурсів (інформаційних сайтів і порталів, інтернет-видань).

До неологізмів зараховуємо нові лексичні одиниці, нові значення, відновлену лексику, оказіональні утворення і потенційні слова, запозичені слова й вислови, які виникли, розширили чи змінили сферу свого функціонування або конотативне забарвлення під час пандемії в Україні коронавірусу COVID-19.

Відсутність чіткої термінологічної бази дослідження так само створює дискусійні проблеми. Так, для позначення нового слова є кілька термінів, наприклад: *новотвір*, *новоутворення*, *новація*, *інновація*, *нова номінація*, *неологізм*, *неонім* тощо. Ми переважно послуговуватимосся термінами *інновація* та *неологізм* на позначення лексико-семантичних нововведень (у широкому значенні, розуміючи під ним не лише загальноживані мовні одиниці, прийняті та закріплені узусом, а й інди-

видуальні, оказіональні утворення, яким притаманна новизна форми або значення) та робочими термінами *коронавірусна лексика* та *фразеологія*.

Виклад основного матеріалу. Виокремимо основні теоретичні положення й окремі узагальнення з проблеми активних процесів у сучасній українській мові, зокрема на матеріалі коронавірусної лексики і фразеології.

Лексика і фразеологія – це особливі мовні яруси: саме тут найбільш яскраво відбито всі зміни життєдіяльності суспільства. Корінні зміни, що відбулися на початку XXI ст. в усіх сферах життя українського суспільства, спричинили справжній «неологічний бум» у лексиці й фразеології. 2020 рік і дотепер – період найактивнішого розвитку й функціонування т. зв. коронавірусної лексики і фразеології в мовах багатьох країн світу, зокрема й в українській. Виникнення нового фрагмента в діяльності носія мови автоматично фіксують на лексичній мапі української коронавірусної лексики та фразеології.

Коронавірусні слова, на думку французького лінгвіста Ж. Маторе, можна вважати «словами-свідками». Науковець дійшов висновку, що порівняння словника певного народу різних історичних періодів відбиває його соціальний розвиток. Він вважає, що кожній епосі притаманне утворення суспільно значущих неологізмів за формою та змістом. Зміни в лексиці є своєрідним символом змін у суспільстві. Такі слова Ж. Маторе й називає словами-свідками («mots-témoins»), які є орієнтирами, ознаками часу, «реперними точками» конкретних явищ і подій. В окремих випадках ці слова виходять за межі національних кордонів і стають надбанням ширшої спільноти – різних країн і навіть континентів [12].

У лексико-семантичному полі «коронавірусної лексики» основними словами-свідками наразі є лексичні доміанти *COVID*, *Covid-19*, *CoV*, *nCoV* і *коронавірус*¹; так називають родину вірусів (загалом їх близько 40-ка), які ззовні нагадують сонячну корону через відростки у вигляді шипів. *Covid* – абревіатура від англ. *CO*rona *VI*rus *D*isease *к*оронавірусна хвороба (затверджена як офіційна скорочена назва); *CoV* – абревіатура від англ. *CO*rona *VI*rus; *nCoV* – абревіатура від англ. *novel CO*rona *VI*rus.

Провідними словами-свідками 2020 р., які засвідчують глобальні світові зміни, можна вважати також такі слова: *дезінфектори*, *дезінфекція*, *дотримання санітарних норм*, *ізоляція*, *карантин*, *коронавірус*, *криза*, *локдаун*, *маска*, *обсервація*, *пандемія*, *підозрілий на зараження*, *респіратор*, *респіраторні захворювання*, *рецепсія*, *самоізоляція*, *спецперепустка*, *спецрейс*, *суперпоширювачі*, *тест*, *тимчасове безробіття*, *фейки*, *фейкова інформація*, *економічний спад*, *експрес-тест*, *епідемія* тощо.

Чинниками (як лінгвальними, так й екстралінгвальними), які впливають на формування й розвиток коронавірусної лексики, можна вважати: 1) нові соціальні явища, що мають як позитивне, так і негативне значення для суспільства (*коронавірусна криза*, *коронавірусна епідемія*, *коронавірусна пандемія*; *протиепідемічні заходи*, *ізоляція*, *карантинні заходи*, *карантинні канікули*, *масове щеплення*, *масове вакцинування*; *дистанційна робота*, *дистанційне навчання* тощо); 2) нові

¹ За підрахунками експертів, слово «коронавірус» в англійській мові в 2020 р. стали вживати в 35 тис. разів частіше, ніж роком раніше. У Німеччині словом 2020 р., за інформацією однойменної кампанії, стало «Corona-Pandemie», що можна перекласти як «коронавірусна пандемія». Словник сучасної української мови та сленгу «Мислові» словом 2020 р. обрав «коронавірус».

досягнення науки й техніки (ПЛР-тести, тести на антитіла, розробка вакцини проти коронавірусу, вакцинація проти коронавірусу, імуномодулятори тощо); 3) дію законів «мовної експресії» (коронавірус → корона), економії лінгвальних засобів, мовної енергії (коронавірусна паніка → коронапаніка), тенденцію до ускладнення лінгвальної інформації, збагачення мовної структури іншими словами (лихо-епідемія) тощо. Здійснений аналіз дає змогу стверджувати, що як екстралінгвальні, так й інтралінгвальні чинники однаково впливають на розвиток коронавірусної лексики і фразеології сучасної української мови, а також спростовує думку тих мовознавців, які надають перевагу екстралінгвальним чинникам.

Досить поширеною тенденцією розвитку української мови сьогодення можна вважати поповнення медичної термінології новими номенами, які з площини рідковживаних мовних одиниць потрапляють у конфігурацію лексики загальноживаної: раніше незрозумілі терміни миттєво перетворюються на побутові (антиген, тест на антитіла, ПЛР-тест, сатурація, санітайзер, тепловізор, тест на коронавірус, негативний/ позитивний тест на коронавірус тощо). Спостерігається актуалізація лексичних одиниць медичної галузі, в процесі якої відбувається функціональна переоцінка й розширення сфери стилістичного використання лексем, маркованих у словниках як спеціальні, вузькоспеціальні, рідковживані. Їх нечасто використовували поза медичним контекстом, але впродовж 2020 року вони надзвичайно швидко поповнили активний лексикон, зокрема, це такі слова: антисептик, вірусна пневмонія, генетичні модифікації вірусу, зараження, інкубаційний період, контактні (особи), захисна маска, штучна вентиляція легень (ШВЛ) тощо. Явище актуалізації досить часто корелює із семантичними змінами: розширенням або звуженням значення номінативних одиниць.

Можна виокремити такі основні причини інноваційних процесів у площині коронавірусної лексики та фразеології: 1) відсутність слова на позначення нової реальності, предмета, поняття в суспільному житті (бінмени – ті, хто не може працювати дистанційно або надавати свої послуги в безконтактний спосіб; працівники малооплачуваних галузей (двірники, сторожі, виховательки, санітари, водії громадського транспорту, продавці, кур'єри, прибиральники тощо), які не потребують великих кваліфікацій, виявилися незамінними, а тому суспільно корисними; *конфіттинг* – збільшення ваги за відсутності фізичних вправ і наявності зайвих калорій під час перебування на карантині); 2) тенденція до заміни словосполучень однослівним найменуванням для зручності (коронавірусна криза → коронакриза); 3) потреба в розмежуванні понять (надзвичайна ситуація не обмежує конституційні права і свободи, а надзвичайний стан – цілком: він може обмежувати свободу руху, зібрань і навіть дозволяти примусове вилучення майна у фірм чи окремих людей; надзвичайний стан в Україні не вводили, хоча окремі його атрибути діють як частина карантину) тощо.

Коронавірусну лексику поповнюють: 1) власне неологізми – нове слово позначає нове поняття; 2) трансформації як синтез нової форми слова зі значенням, яке раніше мала інша форма, для нового емоційного й експресивного значення; 3) семантичні неологізми (або переосмислення), тобто нові значення вже наявних слів. Значна частина інновацій – це запозичення. Джерелом нових запозичень коронавірусної лексики національної мови, які є актуальними для українського суспіль-

ства у зв'язку з активними контактами народів за останній рік, переважно слугувала англійська мова – домінантна мова міжнародного спілкування; трапляється також функціонування інтернаціональних термінів грецького й латинського походження, а саме: *інфодемія* (infodémie) → поширення неточної інформації, чуток та фейкових новин; *твіндемія* (twindémie) → поєднання двох епідемій; *ковідіот* (covidiot) → той, хто ігнорує застереження щодо здоров'я громадян чи безпеки тощо.

Особливістю розвитку української коронавірусної лексики є активізація мовленнєвих okazionalizmів: *короналі*, *інтелектуальний локдаун*, *короновий рік*, *карантиногриль*, *кавоізоляція*, *«зумбі»*, *турботовірус*, *антиковід*, *самоізолянти* тощо. Появу таких слів можна вважати засобом інформаційного впливу не лише на емоції людей, їхню психіку, а й на їхнє інтелектуальне сприймання, світоглядну та громадську позицію, яка має вияв у ставленні до певних фактів і подій суспільного життя.

Активність використання коронавірусної лексики і фразеології засвідчує формування синонімічних рядів таких мовних одиниць: *коронавірус*, «корона», *COVID-19*, *коронавірусна інфекція*, *коронавірусна хвороба*, *коронавірусне захворювання*, *уханська недуга*, *китайський грип*, *коронавірус з Уханю*; *соціальна дистанція*, *соціальне дистанціювання*, *фізична дистанція*, *безпечна дистанція*, *соціальна відстань*, *безпечна відстань*; *повний карантин*, *жорсткий карантин*, *тотальний карантин*, *суворий карантин*; *повний локдаун*, *жорсткий локдаун*, *тотальний локдаун*; *м'який карантин*, *адаптивний карантин*; *м'який локдаун*, *частковий локдаун*; *епідемія коронавірусу*, *коронавірусна епідемія*; *пандемія коронавірусу*, *коронавірусна пандемія*; *антимасковий протест*, *антимасковий рух*, *антимасковий режим*; *ізоляція*, *обсервація*, *сувора ізоляція* тощо.

Коронавірусні слова можуть бути як зафіксовані, так і не зафіксовані в спеціальних чи загальних словниках.

Продуктивними способами морфологічного творення коронавірусних слів є афіксація, складання та аббревіація (карантин – *карантинний*, карантин – *карантинка* (повідомлення, яке надіслане під час карантину), коронавірус → *коронавірусний* → *антикоронавірусний*, ковід → *ковідний*, *ковідка*, *ковідниця*, *ковідувати*, *антиковід*, маска → *антимаска*, карантинити → *закарантинити*, *перекарантинити*; коронавірусна криза → *коронакриза*, коронавірусний рік → *коронарік*, *самоізоляція*, *спецперепустка*, *домосида*; *CoV*, *nCoV*, ПЛР (полімеразна ланцюгова реакція) – *ПЛР-ний* тощо.

На шпальтах українських інтернет-видань поширеними є «коронавірусні» слова й вирази, які є кальками з інших мов, як-от: *короналі* (ісп. *coronials*) – покоління, яке народжується під час карантину; *балконнаці* (ісп. *balconazis*) – люди, що ображають тих, хто ходить по вулиці; *корона-ослик* (ісп. *coronaburro*); «*коронер-біженець*» (фін. *Koronapakolainen*) – людина, яка втекла до провінції, щоб уникнути зараження коронавірусом; «*коронний борг*» (фін. *Koronavelka*) – державна позика для покриття витрат, викликаних пандемією; *коронапривітання* (швед. *Coronahälsning*) – вітання на відстані без потиску руки; *макаронівірус*, *гречкохайн* (рос.) – нездоровий ажіотаж, спричинений масовою закупувлю макаронів і гречки; *коронапофігісти*, *ковігісти* (рос.) – лексеми на позначення людей відповідно до їхнього ставлення до пандемії; *карантьє* (рос.) – власник собаки, який здає її в оренду для прогулянок; «*ефект Тегнелла*» (швед. *Tegnelleffekten*) – ефект популярності

Андерса Тегнелла, провідного епідеміолога Швеції, як результат його щоденних виступів на прес-конференціях: спокійний, рівний і навіть нудний тон чиновника, його незалежність від думки інших і критики ззовні, завзятість у відстоюванні шведської стратегії в боротьбі з коронавірусом викликали й викликають симпатію багатьох шведів і довіру до дій експертів і влади тощо.

Життя в умовах карантину спричинило й активізацію процесів неофразеологізації – стабілізації та закріплення в мовній практиці українців нових, відносно стійких мовних комплексів, нових словосполук різної структури, походження, різної соціальної значущості, як-от: *адаптивний карантин*, *вірус бідності* (так називають коронавірус, унаслідок поширення якого на карантин було закрито бізнес), *дотримуватися етикету кашлю*, *залишатися вдома*, *карантинні канікули*, *карантинні лайфхаки* (корисні поради), *карантинні обмеження*, *карантинні челенджи* (інтернет-роліки, що містять поради, які потребують виконання (чи їх рекомендують для виконання) під час вимушеного перебування вдома на карантині), *китайський грип*, *локдаун вихідного дня*, *м'який карантин*, *м'який локдаун*, *обмежувальні заходи*, *покоління COVID*, *профілактичний карантин*, *розумний карантин*, *сувора ізоляція*, *уханська недуга* тощо. Використовують у мовленні т. зв. «карантинні» фразеологізми зараз усі, незалежно від віку чи статі, хто вимушено опинився в конкретних історико-соціальних умовах, відчуваю тиск зовнішніх, незалежних від них обставин.

Аналіз української фразеології засвідчує, що абсолютно нових одиниць «малого фольклору» не дуже багато (*ходить на закупи* → в умовах карантину один раз у кілька днів виходити в магазин, аби придбати потрібні продукти й засоби гігієни; *Змінюємо побутові звички – надягайте рукавички! Розважайся – вірусу не здавайся! Сиди вдома, місця повно. Щоб контактів уникати, використовуй поштомати* тощо).

Основним прошарком фразеологічного фонду української мови періоду коронавірусної пандемії є «переробки», трансформації вже наявних у мові одиниць → *«Людина людині – коронавірус»*, *«Моя хата з краю, карантин перечекую»*, *«На городі бузина, а в Київ нічим не доїдеш»*, *«На карантин надійся, а сам не гуляй»*, *«Не такий страшний звір, коли є туалетний папір»*, *«Хто людей чіпає, той ковідку хапає»*, *«Хто носить масочку, той буде їсти пасочку»* тощо.

Словник карантинних фразеологізмів буде й надалі поповнюватися, але завершити його хотілося б такими етикетними формулами: *Бажаємо здоров'я! Не хворійте!*

На нашу думку, сфера функціонування коронавірусної лексики та фразеології суттєво розширюється. Сьогодні побутують навіть «ковідні» щедрівки й колядки, адаптовані під сучасні реалії:

*Ковід, ковід, ковідниця, добра в масці молодиця,
а без маски не така – дайте антисептика.
Я ковідку заспіваю, антитіл вам побажаю,
Хай локдаун той проклятий оминає вашу хату!
Побажаю вам одразу, щоб завжди були в запасі
ота гречка із папіром, що ми в березні купили,
Щоб забулось, як в останнє, дистанційне те навчання
Та без черги вас всю зиму пропускали в магазини.*

У цих невеличких величальних піснях яскраво відбито визначальну рису українців – сприймати все з гумором, не впадаючи у відчай навіть у часи пандемії.

Висновки. У процесі історичного розвитку кожної мови притаманні періоди й відносної стабільності, й відчутних структурно-семантичних зрушень. Саме зараз в українській мові відбуваються значні трансформації, яскравою ілюстрацією яких є розвиток і функціонування т. зв. коронавірусної лексики та фразеології. Отримані результати здійсненого дослідження дають підстави стверджувати, що порушена проблематика викликає інтерес, «коронавірусна» лексика і фразеологія активно залучена до мовлення споживачів. В умовах пандемії зафіксовано збільшення частотності вживання слів і словосполучень на позначення цього вірусного захворювання. Лексико-семантичний розвиток системи коронавірусної лексики української мови відбувається завдяки оновленню лексичного складу і змінам у семантичному навантаженні слів. Послугуючись описовим і контекстуальним методами, а також елементами словотвірного аналізу, на матеріалі українськомовної преси в науковій розвідці було схарактеризовано деякі особливості досліджуваних лексичних одиниць.

Перспективними вважаємо подальші дослідження коронавірусної лексики та фразеології, залучення для аналізу нових контекстів її вживання, зіставне вивчення лексико-фразеологічних інновацій на матеріалі слов'янських мов, презентації окресленого прошарку слів у лінгводидактичному й лінгвометодичному аспектах, а також лексикографічну роботу, зокрема зафіксовані номінації коронавірусної лексики та фразеології можуть бути використані в лексикографічній практиці під час укладання словників інновацій.

Отже, за образним висловом О.М. Мацько, «мова не йде на карантин!» Мова розвивається, живе й реагує на всі суспільні зміни. Сподіваймося, що, коли карантин закінчиться, частина досліджуваних слів і словоформ (а ще краще майже всі) надзвичайно швидко знову опиняться на периферії пасивного лексикону. Будьте здорові!

Література:

1. Сербенська О.А., Волощак М.Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ : Просвіта, 2001. 204 с.
2. Мазурик Д.В. Нове в українській лексиці : словник-довідник. Львів : Світ, 2002. 130 с.
3. Стишов О.А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. Київ : Видавн. центр КНЛУ, 2003. 388 с.
4. Стишов О.А. Основні тенденції розвитку лексичного складу української мови початку ХХІ століття. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 1. С. 406–415.
5. Кочан І.М. Динаміка і кодифікація термінів з міжнародними компонентами у сучасній українській мові : монографія. Львів : Видавн. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2004. 520 с.
6. Колоїз Ж.В. Українська оказіональна деривація. Київ : Акцент, 2007. 311 с.
7. Клименко Н.Ф., Карпіловська Є.А., Кислюк Л.П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі : монографія. Київ : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
8. Навальна М.І. Динаміка лексикону української періодики ХХІ ст. : монографія. Київ : Ін-т укр. мови; ВД Дмитра Бураго, 2011. 328 с.
9. Поліщук Н.О. Активність інноваційних процесів у словниково-матеріалі сучасних мас-медіа. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми української термінології». 2016. № 842. С. 146–150.
10. Хода Л.Д. Мова реклами в часи пандемії коронавірусу COVID-19 (на матеріалі українських та словацьких текстів). *Південний архів. Філологічні науки*. 2020. № 82. С. 130–134.

11. Весна Т.В., Телецька Т.В. Лексичні інновації періоду коронавірусної пандемії. *Записки з романо-германської філології*. 2020. Вип. 1 (44). С. 83–89.
12. Matoré G. La méthode en lexicologie: domaine français. Paris : Didier, 1973. 126 p.

Matorina N. Theoretical and applied problems of “coronavirus” vocabulary and phraseology in the contemporary Ukrainian language

Summary. In the developed languages of the world, according to linguists, about 800 neologisms appear on average per year. This puts before scientists the task not only to fix new words but also to analyze them flexibly. The study describes the development and functioning of the so-called coronavirus vocabulary and phraseology, which occur today in the Ukrainian language, shows the formation of new trends in the process of neologization of the outlined layer of the language vocabulary fund. Chronologically the work covers 2020 – the beginning of 2021. The source of factual material is the texts of modern Ukrainian periodicals and electronic resources (information sites and portals, online publications). The article

contains a significant array of new factual material: the lexical corpus includes medical terms and special vocabulary related to education, the mass media, and the functioning of society in the context of the coronavirus crisis. The first theoretical foundations of studying coronavirus vocabulary and phraseology are characterized, the influence of extralingual and intralingual factors on innovation processes is traced, in particular, on the replenishment of this thematic group of words and phrases with new names in the context of changes in Ukrainian society and the international arena; the phenomenon of actualization of words that have recently been on the periphery of the lexical system, and during 2020 with lightning speed moved into the active vocabulary is described. The lexico-semantic structure and transformations, functional-pragmatic features, the main ways of creating coronavirus vocabulary and phraseology are analyzed. To identify further the structural and semantic features of coronavirus vocabulary, it is advisable to make new observations and record changes in this thematic group of innovations.

Key words: neologization, neologism, innovation, coronavirus vocabulary, coronavirus phraseology, “witness words”.

Makhachashvili R. K.,

ORCID ID: 0000-0002-4806-6434

*Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Romance Languages and Typology
Borys Grinchenko Kyiv University**Semenist I. V.,*

ORCID ID: 0000-0002-0847-8856

*Ph.D. in History,
Head of the Department of Oriental Languages and Translation
Borys Grinchenko Kyiv University*

ONTOLOGICAL PREMISES OF GLOBAL INNOVATIVE LOGOSPHERE OF COMPUTER BEING STRUCTURE (BASED ON EUROPEAN AND ORIENTAL LANGUAGES)

Summary. The paper is devoted to the ontological premises of comprehensive structuring of global innovative linguistic sphere of modern digital technologies (Global innovative logosphere of computer being as construed by the transformative neological strata of modern European and Oriental languages of international communication). The macrostructure of the Global innovative logosphere of computer being is identified as the generality of linguistic innovations of globalized European and Oriental languages in the systemic semantic unity of their reference correlation with the substantive (ontological, epistemic, anthropological) dimensions and elements of computer reality. The integration of the macro level of the global innovative computer logosphere is coordinated by the spectrum of its specific characteristics and is realized, first, due to the significant coordination of elements of internal and external form of this logosphere and signs of substantive and substrate originality of computer being as a whole; secondly, due to the phenomenological correlation of the elements of the internal and external form of the innovative computer logosphere and various types of structural elements of the computer being (ontological, epistemic and anthropological respectively), exhaustive, super-dense innovative verbalization of which determines the differential specificity of the studied logosphere. The microstructure of Global innovative computer logosphere is formed by the generality of discrete language units of the corresponding reference affiliation in the set of their formative and semantic features. The integration of the innovative computer logosphere is ensured by the configurative isomorphism of taxonomic (ontological, epistemic, anthropological) and operational mechanisms of integration of the macrostructure of the innovative computer being and taxonomic and operational mechanisms of integration of its external (formative) microstructure. The ontological denotatum in the structure of the ICTs content plane determines the symbolic specificity of the term as an integer of the macro- and micro-level structures of the Global innovative computer logosphere. Qualitative and quantitative characteristics, features and properties of the integrative structure of the innovative computer logosphere are informed by its dynamics on the macro and micro levels.

Key words: global innovative logosphere, computer being, innovative computer terminos, European languages, Oriental languages.

Problem statement and state-of-the-art review. Theoretical problems of complex, holistic, multidimensional modelling of reality and its separate spheres (one of which within linguistic studies of the XX – XXI centuries is the sphere of development and update of computer technologies) are directed by the deterministic interaction of objects, signs of their reception and interpretation (in the field of individual and collective consciousness), embodiment, consolidation and retransmission of the results of interaction of these systems of features.

At the turn of the XX – XXI centuries as an essential product of civilization, Computer reality has been gradually separated into an independent existential whole, within which electronic and digital media, in particular, serve not only as a means of transmitting information or interaction, but fulfill their own world-building, sense-building and, consequently, logogenerative potential [7]. Computer Being – CB hereon – (the term introduced by V.A. Kutyr'yev [21; 22], M. Heim [8]) *is a complex, integrated, multi-dimensional sphere synthesis of reality, human experience and activity, mediated by contemporary digital and information technology* and is an object of study of a wide range of academic branches – philosophy of modern humanities, psychology, sociology, cultural studies, etc. [1; 4; 5; 14].

In this regard, the fundamental dimension of being (as synonymous with the latter “reality”, “realm” and “world” can be used) [3; 5; 10] is defined as a heterogeneous hyperonymic concept that can summarize the multidimensional features of the world order:

- the world that really exists and is subject to direct perception;
- a world that is not subject to direct reception, but exists in reality;
- a world that is imaginary, unreal (for example the ideal, mythological images);
- reality, which exists objectively, regardless of human consciousness (nature, objective physical laws of the world order, space-time dimensions);
- the general way of life of humankind, society, culture, civilization.

Thus, the Computer Being dimension is understood as a fundamental ontological parameter that exists outside the scope of human

mind and is involved in the perceptual field regardless of the will of the subject of cognition.

Conditions for the development of modern globalization civilization determine the expansion and refinement of the paradigm of views on the theoretical principles of determining the groundwork and characteristics of the consolidation of the world order, its perception in culture, collective social consciousness and natural language.

The intellectualization of modern global culture determines a qualitatively new approach to understanding the processes of parallel development of human activities and cognitive (intellectual) experiences. That is the origin and methodological premise of the concept of “noosphere”. The noosphere is defined as the current stage of development of the biosphere, associated with the emergence of humanity in it [6; 9], and is interpreted as part of the planet and planet ambient with traces of human activity.

Given the definite unity of nature and culture (in their interaction) there are two stages determined in the development of the noosphere [1; 7; 8; 15; 19]:

1) noosphere stage in its development, in the process of natural development, since the emergence of humans;

2) noosphere that is consciously improving joint efforts of people in the interests of humanity as a whole and each individual separately.

Among its components noosphere as a consolidated model of the universe incorporates:

– Anthroposphere (a set of people as living organisms, their activities and achievements);

– Sociosphere (a set of social factors and relations specific to the stage of development of society and its interaction with nature);

– Technosphere (a set of artificial objects, man-made and natural objects, changed as a result of human activity).

Given the context outlined transformation of initial position awareness of the principles and foundations of the universe integrated modeling, we note that at the turn of the XXI century modern computer technology as part of the technosphere (and respectively – the noosphere) take up more space in the public consciousness and functional activity of mankind.

The integral real component of the Noosphere is identified as the Technosphere – a set of artificial objects (technologies) created by the humankind, and natural objects changed as a result of technological activity of humankind [8; 11]. In turn, Computer Being (computer reality, cyberspace) is a complex, multidimensional, interdisciplinary sphere of synthesis of reality, human experience as represented through natural language and activity mediated by the latest digital and information technologies; technogenic reality, a component of the technosphere of existence.

Objective. The paper overall **objective** is the inquiry into the ontological premises of comprehensive structuring of global innovative linguistic sphere of modern digital technologies (global innovative logosphere of computer being as construed by the transformative neological strata of modern European and Oriental languages of international communication).

The objective hypothesis of the study is that the typological characteristics of innovative logosphere of computer being as a macro-object of a phenomenological investigation determine the specificity of static configuration and dynamic interaction of formal and substantive constituents of its microstructure. Around 4000 of speech and linguistic units – innovations that relate to multi-substrat areas, objects and phenomena of computer being – in usage serve as research empirical database, selected by canvas sampling out of con-

ventional lexicographic sources, specific registers of English, Italian, Spanish, French, Mandarin Chinese and Japanese lexicographic innovations in electronic format and periodicals of the timespan from 1997 to 2021. (Note that within the procedural network analysis, but beyond the quantitative calculation of the sample retained are projected and potential linguistic units that are updated based on structural and semantic models of unlimited productivity within the English innovative computer logosphere, structurally and functionally extrapolated on other globalized languages).

Findings. As an essential product of civilization, modern computer reality has been isolated into an independent existential whole. It limits the electronic media serve not only as a means of transmitting information or interaction, but discover their own world-building, sense-building, and, consequently, linguogenerative potential. Given the conceptual identification system of ontho-mental and linguistic-mental complex structures to determine reality constructs, computer being and its innovative linguistic shell can be located within the set of the following notional coordinates:

– A specific type of substance – material and ideal reality together of all forms of development – being;

– A zone of integrable anthropogenesis;

– Implementation environment for “post-humanistic” trends of anthropogenesis;

– A segment of the noosphere (the technosphere);

– A system of multi-level, countervailing social relations – sociosphere.

– A psychosomatic and emotional plane,

– A sphere of spiritual experience

– Worldview, model of the world, picture of the world.

The logocentric approach to integrative research directions, mechanisms, ways and means of the digital vocabulary of modern globalized languages provides a generalized in-depth understanding of the phenomenological nature of linguistic reality encoding processes, linguistic recreation and mechanisms of neologization, categorization, language reference, significative correlation, respectively.

The *logosphere* is perceived as a *synthetic linguophilosophical concept* that means: 1) a multitude of speech units that are the phenomenologically exhaustive implementations of abstract (substant, conceptual) and empirical (factual, objective) elements of different areas of life [19]; 2) integrable area of mind-speech continuum of a (linguistic) culture in general and specific (linguistic) cultures in particular [24].

Parameterization principles of a concept of “logos” in the paradigm of the humanities in general, linguophilosophy, and linguistics – in particular, allow to identify the features of logosphere as a complex object system pertaining the following parameters:

– Ubiquity (inclusiveness);

– Ontocentrism;

– Integrativity;

– Automorphism;

– Normativity;

– Lingual substantiality;

– Phenomenology of thesaurus units;

– Information-capacity;

– Referential and semiotic isomorphism of the referent and meaning.

Through the fragmented set of qualitative features, logosphere is tangent to the concepts of complex system replicas of linguistic-mental outlook, such as:

- Model of the world / world view (inclusive, integrative, self-identity);
 - Language picture of the world (phenomenology of linguistic constituents – the ability to summarize and signify objects of reality);
 - Noosphere (onthotsentrism, info-capacity).
- For the listed set of features the integral notion of logosphere stands as a semantic synthesis of these concepts (see figure 1):

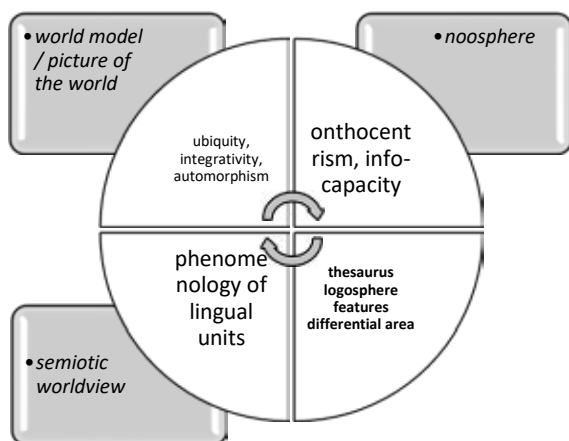


Figure 1. Global innovative logosphere integral and differential features model

It is appropriate to separate configuration and parameterization of a specified macrophenomenon of linguistic research – global innovative computer logosphere. Thus, the network innovation and relevant subsystems in computer logosphere (multidimensional, complex, dynamic system) is the most comprehensive quantitative and qualitative terms of language representation of the linguistic actualization of being, determined by a number of qualifying conditions of its emergence, existence and development [12], including:

1) exhaustive synchronization process of the object, phenomenological and anthropological field of computer being and development processes of the cyberspace meta-language;

2) exhaustive output of parameterization isomorphism of ontological (substance phenomenological), anthropic and digitized structures of reality;

3) flexibility, adaptability and dynamic potential of the vocabulary of the modern languages (heavily influenced by English global hegemony) in correlation with the ICT sphere (that is fulfilled, in particular through info-capacity, sign hybridization, the evolution of the basic ontological and functional features of neologisms in relevant areas).

In view of the foregoing, the Global innovative computer logosphere (GICL) is defined as:

a) a syncretic, consolidated within its semantic scope, plurality of verbal units that are the asymptotically (i.e. in unlimited approximation) exhaustive embodiments of substantive and factual elements of modern computer being.

b) as a vertically integrated at the macro and micro levels plurality of ICT thesaurus, its typological specificity being the relatively exhaustive phenomenological correlates of multi-substrat elements of computer being.

The specific differential features of GICL as a linguistic-ontological, linguistic-phenomenological object are:

– Normativity – arising from the parametric features of the concept of “logos” – (while maintaining the characteristics of dynamic variation and logosphere);

– Lingual substantivity – phenomenological status of verbal language signs membranes in reality;

– The principle of isomorphism of the signified and meaning.

The outline of each separate national (English, American, Iberoamerican, Asian) logosphere in synchrony within this study is positioned as an Innovative National Logosphere. Innovative English logosphere itself (multidimensional, of complex, dynamic system) is a kind of “test-ground” for linguistic actualization of reality. That is, linguistic (lexical-semantic) representation of new modes of reality exists within reach of the human mind, and therefore is subject to immediate perception and comprehension.

It is considered appropriate to separate configuration and parameterization of a specified macrophenomenon of linguistic research – Global innovative computer being logosphere. Thus, the network innovation and relevant subsystems in modern European and Oriental Languages, the Global innovative computer being logosphere (multidimensional, complex, dynamic system) is the most comprehensive quantitative and qualitative mode of language representation of the universe “test site” for linguistic actualization of being mediated and informed by digital technologies development. Thus, linguistic representation of new modes of computer reality exists within reach of the human mind, and therefore is subject to direct perception and understanding (as opposed to reality as such, lingual ontogenesis of which, according to historical data paradigms and linguistic sciences can only be conditionality reconstructed by linguistic methods).

Given signs of the logosphere as a specific ontological and linguistic-semiotic object, we postulate to distinguish the following substantial characteristics of Global innovative computer logosphere (GICL):

– The ability to synthesize substances at their own attributes, parameters and properties of ontological objects and phenomena and innovative verbal units, respectively;

– Ability for an asymptotic (very close to exhaustive) implementation of the substantive and factual elements of modern computer being at their own substance as a whole and at the level of substantial characteristics of discrete verbal units that constitute the relevant innovation logosphere.

– Exhaustive semantic, formal and constructive density of implementation (reveal) of substantive and factual elements of modern computer being in the ontological, epistemological and anthropological plane.

Consequently, Global innovative computer logosphere (GICL) is understood as a vertically integrated at the macro and micro levels plurality of lingual innovations of European and Oriental languages, which in its typological specificity is a relatively exhaustive phenomenological correlate of multisubstrat elements of computer realm (figure 2).

From the above system of parametric characteristics of Global innovative computer logosphere macrostructure it is evident that the principle of hierarchical abstraction correlation powers its integrative macrostructure within the conceptual dyad substance : substrate. In this case, the substance is identified as an objective reality in terms of the internal unity of all forms of its manifestation and self-development [16]. The term “substrate” in turn, denotes the simplest structure or formation [25], which remains stable, unchanged under any transformation of the object and determines its specific properties.

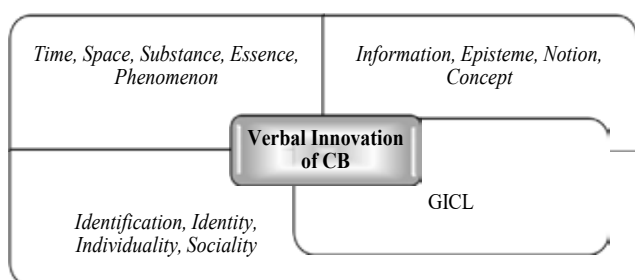


Figure 2. Macrostructure Integritivity of GICL

Thus, macrostructure of GICL is defined within this study as comprehensive language body of neologisms in the system of reference semantic unity in correlation with substantive (ontological, epistemic, anthropological) measurements and computer being elements of comprehensive, innovative super-dense verbalization which determines the phenomenological originality of logosphere.

Methodological foundations of the study of Global innovative computer logosphere as an integrated macro-and micro-language object are determined by:

– Firstly: by substantive definite features of logosphere as a macrostructure (including equifinality – ability to achieve conditions that do not depend on the initial conditions and specific parameters that are defined only Global innovative computer logosphere; teleology – gnostic ability of innovative computer being logosphere to achieve the projected state);

– Secondly: by phenomenological characteristics and properties of linguistic units substrate microstructure of Global innovative computer being logosphere.

Research and configuration cross-integration of macro and microstructure of Global innovative computer logosphere is based on the following initial presupposition:

I. Presumption of a conceptual nucleus in the content plane of the logosphere of modern European and Oriental languages realm in general. The conceptual core of Global logosphere is a universal meaningful construct, concentration of content elements mediated by subjective and collective cognitive experience of native language speakers.

Note that the partial correlates of appointed terminological concepts can be the nominated “world view”, “conceptual world view”, “conceptual model of the world” – [18; 20; 27]; differential features category “conceptual nucleus” within this study is determined by configurative cumulativity of components in the appropriate content area.

Based on genus-species characteristics of parametric notion of “conceptual world view” and its derivatives poly-lateral, conceptual core of the logosphere is understood as a universal semantic construct concentrate of semantic elements mediated by individual and collective cognitive experiences of native speakers. Semantic elements of the conceptual core of the logosphere (based on methodological angles defining concepts and conceptual structures that are conventional in modern cognitive linguistics) are explicated by establishing conceptual attributes (the term after M.V. Pimenov) – that are ambivalently understood as: a) construal elements of conceptual structures; b) substrate conceptual structures. The differential feature of the notion of “conceptual nucleus of logosphere” is the configurative cumulativity of components that are parameterized in different types of planes of reality mapping, the relevant semantic field.

II. Presumption of the conceptual core projection of Global logosphere substantial layer onto sectoral innovation logosphere of modern European and Oriental languages in general (respectively – a substantial layer of the Global innovative computer logosphere, in particular).

Accordingly, in the projection of the conceptual nucleus of the Global innovative computer logosphere are the concentrate content elements mediated by subjective and collective cognitive experience of European and Oriental languages speakers in the area of interaction and use of digital technologies, which is a proportional and adequate “fingerprint” concentrate of content elements mediated by subjective and collective cognitive experiences of globalized languages speakers in general.

III. Ongoing diffusion process of conceptual projection nucleus on the Global innovative computer logosphere, which resulted in the structure of the internal form units microstructure of Global innovative computer logosphere to be dominated by substance elements.

Thus, the *dynamics of Global innovative computer logosphere are ways, directions and appropriate language implementation mechanisms of qualitative changes in the content area of the projection of the conceptual nucleus of the Global innovative logosphere*. Empirical identification of defined parameters of GICL dynamics is made possible due to the typological characteristics of the microstructure of Global innovative computer logosphere units – Innovative computer terminus (term-logos) of ICT.

The structure of the content of the innovative computer terminos in European and Oriental languages alike is distributed in the following sabers, and is consistent through a vertical ratio which satisfies the dialectical categories of “essence” → “phenomenon”:

1) – ontological denotatum (OD) – a set of meaningful elements of exhaustive degree of substance and epistemic abstraction (phenomenologization attributes, parameters and properties of elements multi-substrat computer being) in the structure of meaning of an innovative computer terminos → 2) – conceptual denotatum (CD) – a set of meaningful elements of median level of abstraction mediated by anthropogenic (subjective and collective) cognitive experiences of European and Oriental languages speakers in the area of interaction and use of computer technology, the projection area of GICL conceptual nucleus → 3) – lingual denotatum (LD) – semantics of innovative computer terminos.

The degree of abstraction of these sabers structure of the content of the innovative computer terminos correlates with the degree of abstraction of ICTs parametric features. Saber (1) “ontological denotatum” corresponds to the parametric feature “existential dimension”, saber (2) “conceptual denotatum” – to the parametric feature “notion” and the parametric feature “concept”; saber (3) “lingual denotatum” – to the parametric feature of a “language unit”.

Instrumental apparatus of algorithmic procedures for conceptual analysis (which usually involves component analysis of the content of a linguistic unit) permits to identify elements of implicit lingual meanings that serve as “access points” (the term by R. Langacker) to the content structure of the content. However, off-grid of the component and, more broadly, the underlying conceptual analysis are the essential (substant) elements that parameterize the structure of the content of ICTs as phenomenological correlates of digital components of being. These elements form the basis of ontological denotatum of ICTs.

Given the specific characteristics of the Global innovation computer logosphere the identification ontological denotata in the structure of the content of ICTs discloses typological peculiarity ICTs as the specific nature of the sign.

The meaningfully discrete unit of ontological denotatum for innovative computer terminos is perceived as a substanteme – the in-depth and essential element of the content substance of a computer verbal innovation that is identified both deductively and inductively. Deductive identification is by layering phenomenological diagnosis [13; 17; 26] of the content elements of the GICL microstructure parallel phenomenological reduction and content of computer elements to the definition of being “phenomenological points of intersection” – isomorphic or correlative content substant components. Inductively substanteme is identified through procedural component analysis and correlation of multi-level conceptual structures of the ICTs content.

The accordance of the dialectical nature of consistent level structure of the ICTs content within dialectical opposition “entity/phenomenon”, where step (1) “ontological denotatum” corresponds to the dialectical category of “essence”, step (3) “lingual denotatum” – to the dialectical category of “phenomenon”, discrete elements of saber (3) of the ICTs content (seme) and discrete elements saber (1) of the ICTs content (substanteme) typology is correlated in isomorphic manner.

Given the synchronous rate and a significant degree of phenomenological density of lingual representation of multi-substrat elements of computer being, all levels of the structure of the ICTs content (and partially – the expression) in modern globalized European and Oriental languages store signs of an extensional (term after R. Carnap), and therefore may be considered denotative by their phenomenological nature.

The degree of abstraction of these sabers structure of the content of the innovative computer terminos correlates with the degree of abstraction of ICTs parametric features (see figure 3):

Accordingly, the level (1⁰/1) – “ontological denotatum” – corresponds to parametric feature “existential dimension” (substanteme), level (2) “conceptual denotatum” – to the parametric features “concept” and “concept” stage (3⁰/3) “lingual denotatum” – to the parametric sign “language units” (terminos).

For example, equivalent ICT *born digital, digital natives* in European and Oriental languages phenomenological structure is disclosed in the following stratified way:

born digital(Eng.) / *nacido-digital* (Esp.) / *デジタル生まれ* (Jap.)

– (1) Substance (OD): TECHNOGENESIS → Concept (CD) (2) OBJECT OF COMPUTER BEING → Meaning (LD) (3) of

the computer object being that is immanent element computer substance of life.

– (1) Substance (OD): TECHNOMORPHISM → Concept (CD) (2) SUBJECT OF COMPUTER BEING → Meaning (LD) (3) the subject of computer being born and raised within substantive (chronological) timeframe of outside the computer.

digital native (Eng.) / *nativo digital* (Esp.) / *デジタル・ネイティブ* (Jap.)

– Substance (OD): TECHNOGENESIS → Concept (CD) (2) SUBJECT OF COMPUTER BEING → Meaning (LD) (3) a person born or brought up during the age of digital technology and therefore familiar with computers and the internet from an early age.

As can be seen from the scheme, the compliance of correlative levels 1⁰ – 3⁰ in the structure of ICTs content demonstrates phenomenological status verification of an innovative lingual unit. Note that in the proposed scheme correlative substance and lingual surfaces of ICTs acquire a kind of phenomenological constants.

Conclusions. The macrostructure of the Global innovative logosphere of computer being is the generality of linguistic innovations of globalized European and Oriental languages in the systemic semantic unity of their reference correlation with the substantive (ontological, epistemic, anthropological) dimensions and elements of CB. The integration of the macro level of the global innovative logosphere of the CB is coordinated by the spectrum of its specific characteristics and is realized, first, due to the significant coordination of elements of internal and external form of this logosphere and signs of substantive and substrate originality of computer being as a whole; secondly, due to the phenomenological correlation of the elements of the internal and external form of the innovative computer logosphere and various types of structural elements of the computer being (ontological, epistemic and anthropological respectively), exhaustive, super-dense innovative verbalization of which determines the differential specificity of the studied logosphere.

The microstructure of Global innovative computer logosphere is formed by the generality of discrete language units of the corresponding reference affiliation in the set of their formative and semantic features. The integration of the innovative logosphere CB is ensured by the configurative isomorphism of taxonomic (ontological, epistemic, anthropological) and operational mechanisms of integration of the macrostructure of the innovative CB and taxonomic and operational mechanisms of integration of its external (formative) microstructure. The ontological denotatum in the structure of the ICTs content plane determines the symbolic specificity of the term as an integer of the macro- and micro-level structures of the Global

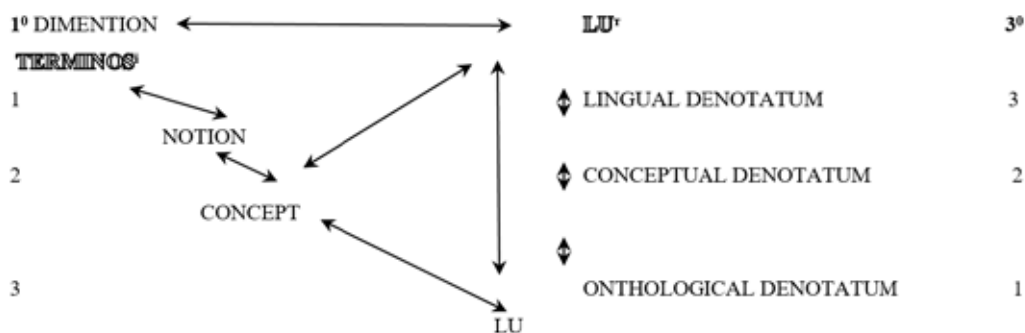


Figure 3. ICTs Content Microstructure

innovative computer logosphere. Qualitative and quantitative characteristics, features and properties of the integrative structure of the innovative computer logosphere are informed by its dynamics on the macro and micro levels. The dynamics of the Global innovative computer logosphere is defined as a qualifier of paths, directions and corresponding linguistic-structural mechanisms of realization of qualitative semantic changes in the integrative zone of vertical contraction (cumulation) or divergence (dissipation) of different-level and multisubstrate elements. The operators of the processes of phenomenological mobility of extensional elements of ICTs are transformations of semantic elements (discrete conceptual features and their combinations), which constitute a zone of accumulation of information mediated by individual and collective cognitive experience of globalized European and Oriental languages speakers in the functioning and use of digital technologies.

References:

- Allen P. Information culture is in need of development. *Network News*, 2003. September 19. P. 21–22.
- Allison D. Derrida's critique of Husserl and the philosophy of presence. *Veritas*. 2005. V. 50 (1). P. 89–99.
- Aristotle, "Categories". In Barnes, Jonathan (ed.). *The Complete Works of Aristotle, 2 vols* (One-Volume Digital Edition). Transl. J.L. Ackrill. Princeton : Princeton University Press., 2014. P. 2510.
- Bell D. *Social Framework of the Information Society*. Oxford : Oxford U. Press, 1987. 315 p.
- Budko V. Adekvatnost' nauchnogo poznanija. Har'kov : Logos, 1990. 154 p.
- Gachev G., Gumanitarnyj kommentarij k estestvoznaniju, *Voprosy Literaturny*. Issue 11. 1993. P. 71–78.
- Gelernter D. *Virtual Realism*. Oxford: Oxford University Press, 1998. 138 p.
- Heim M. *The Metaphysics of Virtual Reality*. LA : Westport Publishers, 1993.
- Kasavin I. Postigaja mnogoobrazie razuma. Zabluzhdajushhij razum? *Mногоobrazie Vnenauchnogo Znanija*. Moscow, 1990. P. 67–79.
- Kireev G. O kartine mira. *Kosmologicheskoe esse. Lebed'*. Issue 534. 2008. P. 25–29.
- Makhachashvili R. Models and Digital Diagnostics Tools for the Innovative Polylingual Logosphere of Computer Being Dynamics. *Italian-Ukrainian Contrastive Studies: Linguistics, Literature, Translation* : monograph. Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften, Berlin, 2020. P. 99–124.
- Makhachashvili R. Semenist I. ICT thesaurus modelling recommendations (based on innovations of European and Oriental languages). *Studia Filologiczne*, 7. 2020. P. 117–128.
- Zahavi D. *Husserl's Phenomenology*. Palo Alto : Stanford University Press, 2003. 312 p.
- Абдеев Р.Ф. *Философия информационной цивилизации*. Москва : Владос, 1994. 336 с.
- Алексеева И.Ю. *Человеческое знание и его компьютерный образ*. Москва : Ифран, 1993. 182 с.
- Бабушкин В.У. *Феноменологическая философия науки – критический анализ*. Москва : Наука, 1985. 246 с.
- Ингарден Р. *Введение в феноменологию Эдмунда Гуссерля*. Дом интеллектуальной книги, 1999. 267 с.
- Карасик В.И., Слышкин Г.Г. *Лингвокультурный концепт как единица исследования. Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж : ВГУ, 2001. С. 75–80.
- Карась А. *Реальность і філософія: спроба семіотичного підходу. Філософія науки* : збірник наукових статей Львівсько-Варшавського семінару «Філософія науки». Львів, 2006. С. 134–149.

- Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2004. № 1. С. 6–17.
- Кутырев В.А. *Культура и технология: борьба миров*. Москва, Прогресс-Традиция, 2001. 336 с.
- Кутырев В.А. Пост-пред-гипер-контр-модернизм: концы и начала. *Вопросы философии*. 1998. № 5. С. 35–41.
- Лиотар Ж.-Ф. *Феноменология*. Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. 152 с.
- Лосев А.Ф. *Философия имени. Бытие. Имя. Космос*. Москва : Мысль, 1993. С. 613–801.
- Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. *Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке*. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. 216 с.
- Мерло-Понти М. *Феноменология сприйняття*. Київ : Український Центр духовної культури, 2001. 552 с
- Никитин М. Развернутые тезисы о концептах. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2004. № 1. С. 53–64.

Махачашвілі Р. К., Семеніст І. В. Онтологічні площі глобальної інноваційної логосфери структури комп'ютерів (на основі європейських і східних мов)

Анотація. Статтю присвячено онтологічним передумовам всебічного структурування глобальної інноваційної лінгвістичної сфери сучасних цифрових технологій (Глобальна інноваційна логосфера комп'ютера будається трансформативними неологічними шарами сучасних європейських та східних мов міжнародного спілкування). Макроструктура глобальної інноваційної логосфери комп'ютерного буття визначається як сукупність мовних інновацій глобалізованих європейських та східних мов у системній семантичній єдності їх референтного співвідношення із сутнісними (онтологічними, епістемічними, антропологічними) вимірами та елементами комп'ютерної реальності. Інтеграція макрорівня глобальної інноваційної комп'ютерної логосфери координується спектром її специфічних характеристик і реалізується, по-перше, завдяки значній координації елементів внутрішньої та зовнішньої форми цієї логосфери та ознак предметної та субстратної оригінальності комп'ютерного буття як єдиного цілого; по-друге, завдяки феноменологічному співвідношенню елементів внутрішньої та зовнішньої форми інноваційної комп'ютерної логосфери та різним типам структурних елементів комп'ютерного буття (онтологічних, епістемічних та антропологічних відповідно), вичерпна надщільна інноваційна вербалізація яких визначає диференціальну специфіку досліджуваної логосфери. Мікроструктура глобальної інноваційної комп'ютерної логосфери формується загальністю дискретних мовних одиниць відповідної референтної належності за сукупністю їхніх формотворчих та змістових ознак. Інтеграція інноваційної комп'ютерної логосфери забезпечується конфігуративним ізоморфізмом таксономічних (онтологічних, епістемічних, антропологічних) та операційних механізмів інтеграції макроструктури інноваційного комп'ютерного буття та таксономічних та операційних механізмів інтеграції її зовнішньої (формотворчої) мікроструктури. Онтологічний денотат у структурі площини змісту ІКТ визначає символічну специфіку терміна як єдності макро- та мікрорівневих структур Глобальної інноваційної комп'ютерної логосфери. Якісні та кількісні характеристики, особливості та властивості інтегративної структури інноваційної комп'ютерної логосфери визначаються її динамікою на макро- та мікрорівнях.

Ключові слова: глобальна інноваційна логосфера, комп'ютерне буття, інноваційний комп'ютерний термінос, європейські мови, східні мови.

*Mintsys E. Ye.,**Senior Lecturer at the Department of English Philology
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University**Mintsys Yu. B.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of English Philology
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University**Pavliuk I. B.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of English Philology
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*

DIMINUTIVE-BASED COMMISSIVE SPEECH ACTS IN CHILDREN'S PROSE DOMAIN

Summary. The article deals with English diminutives from the perspective of Speech Act Theory. Central to the research are commissive speech acts, which are performed either by the speaker or by both the speaker and the hearer. Those speech acts imply that the speaker is obliged to behave in a certain way. Besides, special attention is paid to the main word-building patterns of forming diminutives (synthetic and analytical). The article follows the theoretical postulates of J. Searle, K. Schneider, A. Wierzbicka, etc., and considers the ideas put forward by contemporary scholars (e.g. P. Biały, A. Buriakovskaia, A. Kiklewicz). The corpus of the study is based on popular writers' works for children (e.g. R. Dahl, J. Strong, J. Wilson) wherein the defined diminutive-based commissive speech acts comprise those of offer, announcement, suggestion, promise and threat. It has been found that diminutives in *offers* are realized for minimizing the speaker's efforts and the hearer's benefit, and for saving his/her "face". In *announcements* diminutives contribute to minimizing the speaker's benefit while in *suggestions* they serve for minimizing the hearer's efforts. In *promises* diminutives function for minimizing the speaker's responsibility for his/her words in case of not fulfilling the promise. In *threats* diminutives modify the speaker's responsibility for what has been said, and testify to increasing inner emotional tension and the conflicting features of the dialogue. The results of the empirically-based study are presented in the quantitative analysis of English diminutives in children's prose, which estimates the number of their occurrences in the above mentioned speech acts. It testifies that diminutivity is most frequently realized in the commissive speech acts of suggestion and threat. The minimal number of diminutive occurrences is found in the speech acts of offer.

Key words: diminutive, diminutivity, speech act, offer, announcement, suggestion, promise, threat.

Introduction. Speech Act Theory has been in the focus of attention of scholars' research in pragmatics (e.g. J. Austin 1975; J. Searle & D. Vanderveken 1985; Van Dijk 2009; A. Wierzbicka 1991; D. Wunderlich 1980). Consequently, there have been created various taxonomies of speech acts. Commissives' presence in most of them accounts for the **objective** of this paper: to analyze the peculiarities of commissive speech acts based on diminutives.

As diminutivity needs a more extensive investigation and deserves a more careful consideration, it is viewed from the perspective of its pragmatic properties, with the emphasis on the speech act theory. Speech acts being context oriented (i.e. "rarely occur as independent of the communicative context" [1, p. 76]) and diminutives being typical of "communication with or by children or in children's stories" [2, p. 118], children's prose domain presents the target material of this study (e.g. works by R. Dahl, J. Wilson, J. Strong, etc.). The **novelty** of the current research results from the analysis of diminutives from the perspective of the speech act theory in the abovementioned domain. The corpus comprises forty-one diminutive-based commissives selected by means of employing the manual selection procedure. The total number of pages of the texts is over one thousand.

Diminutives are vocabulary units, which either denote a small size, "express an attitude on the part of the speaker towards the referent", or "serve different pragmatic functions in interpersonal interaction" signalling "emotional closeness, affection and informality" [3, p. 289]. From the point of view of their formation, there are two main types of diminutives in English: synthetic and analytical. Synthetic diminutives are those, which are formed by means of affixation. K. Schneider [4] distinguishes fourteen diminutive suffixes in contemporary English. According to A. Buryakovska the semantics of diminutives in English is of Germanic origin, although it develops under the influence of close contacts with various linguocultures [5]. It results in the presence of foreign-origin suffixes in English diminutives. The diminutive suffixes *-ine*, *-ette*, *-otte* are borrowed from French; *-y*, *-ee*, *-ie*, *-ey* – from Scottish dialect; *-let* – from Middle English, from Middle French *-elet*; *-etto*, *-ett*, *-illa*, *-illo* – from Italian and Spanish, etc. [6, p. 30]. Analytical diminutives are formed according to the pattern 'adjective+noun' with the help of the adjectives *little*, *small*, *tiny*, *teeny*, *teeny-weeny*, *wee*, *petite*, *miniature*, *microscopic*, *minute*, etc. In addition, there are other types of diminutive formations: reduplicative forms (e.g. *Rosy-Posy*), an echo-word formation (e.g. *teeny-tiny*), hypocoristic forms (e.g. Edward – Ed – Eddie) [7, p. 77–78].

Commissives are speech acts (SA) that are related to future actions. However, unlike directives, whose actions are performed

by the hearer, commissives' actions are performed either solely by the speaker or by both the speaker and the hearer. According to Searle [8, p. 37] "in utterances with the commissive point the speaker commits himself to carrying out the course of action represented by the propositional content". Commissives oblige the speaker to behave in a certain way [8, p. 124; 9, p. 182–183]. The illocutionary verbs to denote this SA are *promise, guarantee, vow, suggest, foresee, agree, etc.* Their umbrella locution is "I'll do my best", "I'm likely to do", "I promise that I probably will", and others.

Results and discussion. As the result of the analysis there have been found occurrences of the diminutive-based commissive SA of *offer, suggestion, announcement, promise and threat.*

1. Speech acts of offer

The speech act of offer refers to the future action performed by the addresser, which is beneficial for the addressee. According to the classification proposed by K. Schneider, all the SA of *offer* are divided into *offering help* (they do not depend on the context and situation, however, result from social norms) and *conventional offer of hospitality* (they are limited by specific situations with definite social roles and norms) [4, p. 181]. Lorena Pérez Hernández [10, p. 311] distinguishes such types of offers: (1) those which involve the transfer of the object from the speaker to the addressee; (2) those which simply involve the performance of the speaker of an action which is beneficial to the addressee. In the SA of offering hospitality, the speaker acts when he/she is obliged to make an offer and the hearer is obliged to accept the offer, because in terms of politeness it is unacceptable to reject an offer of hospitality. It is the addressee of an offer that is expressed by a diminutive. In this case, the diminutive functions as a material category, not as a social one.

The SA of offering hospitality can be interpreted in the following way: "I want you to accept Z^{dem} – supposing that you can refuse to take what I am giving you, and wishing to make you do what I tell you to **by referring to its small size or its unimportance**: I want you to accept Z^{dim} ".

(1) "Then take something, ma'am," said Mr. Bumble soothingly. "A little of the wine?" [11].

In (1) the speaker uses the diminutive *little* in order to diminish the number of his efforts and the amount of the hearer's benefit, respectively. Moreover, it is done not just to offer a little amount of wine, but, on the contrary, to have the interlocutor accept the offer which she will not be able to reject, only on condition that it does not contradict social norms (explicitly "Well, I will, only if just a little").

Thus, diminutives in the SA of offering hospitality are used as the means of the politeness strategy for saving the interlocutor's "face":

(2) "It must be a very pretty dance," said Alice timidly. "Would you like to see a little of it?" said the Mock Turtle [12].

In the SA of offering help the addresser expresses his/her wish to help the addresser in some way. K. Schneider states that diminutives modify only the SA of offering hospitality, not offering help. In case the latter are diminutive-based, they are found to be threatening the addressee's "face": if his/her efforts of performing an action are minimized, the addresser's help will be useless [4, p. 182]. However, in the given research, we found occurrences of the SA of offering help, which are modified by diminutives:

(3) "I'll take *little Clive* off your hands for an hour or so," she offered [13, p. 74].

In (3) the addresser-child offers the addressee-mother help in taking care of the younger brother. The diminutive *little Clive* is an inner diminutive, i.e. the one used for expressing attitude rather than modifying the illocutionary force.

However, theoretically, in the SA of offering help there can occur diminutives modifying the illocutionary force of the SA. E.g. "Can I give you a *little help*?" This artificially formed SA of offering help implies that the addresser minimizes his/her efforts for saving the addressee's "face" and benefit (explicitly "If the help is insignificant, you will not reject it").

2. Speech acts of announcement

The speech act of announcement is related to the future action performed by the speaker and for the speaker's benefit only. In this SA the speaker performs an action of his/her own accord and benefits from it. The future action announced by the speaker depends neither on the speaker's nor on the hearer's agreement. In this case, the hearer does not benefit from it and does not make efforts.

The diminutive-based SA of announcement can be rendered in the following way: "I am planning to do Z^{dem} – supposing that you may dislike what I am going to do, and wishing to avoid your negative reaction, I say, **referring to the small size or unimportance of what I am going to do**: I am planning to do Z^{dem} ".

In the SA of announcement, the addresser predicts an action, which he/she is planning to do in the future, and is going to benefit from. In this case, the diminutive is used for the sake of minimizing the positive effect of the action on the addresser and avoiding the addressee's negative criticism:

(4) "I'm going to be my mum's *little treasure*" [14, p. 169].

In (4) the diminutive aims at minimizing the degree, amount, size of the benefit for the addresser (*little treasure* instead of *treasure*).

3. Speech acts of suggestion

The speech act of suggestion presupposes benefit for both participants of conversation who are going to perform an action together. Thus, they are going to share the efforts and benefit of the suggestion. The SA of suggestion can be considered as directive commissives because they comprise two components: directive (the speaker wants the hearer to perform an action) and commissive (both the speaker and the hearer are responsible for performing an action, whose performance depends on the hearer's agreement).

The SA of suggestion implies: "I wish we would do Z^{dem} – supposing that you can be unwilling to do what I want us to do, wishing to make you do it, I say **by referring to its small size, unimportance, easiness or pleasantness**: I want us to do Z^{dem} ".

Diminutives in the SA of suggestion refer to the future event whose importance is "diminished" with their help for the addressee to more willingly agree:

(5) "What say if we do a *little work* for our supper?" He cried, rippling his muscles. "Come on, fellers! Who's for some exercise?" [15, p. 9].

In (5) the addresser encouraging his colleagues to work employs the analytical diminutive *little work*, minimizing the number of efforts to be made by the addressee.

The SA of suggestion can be aimed at the addressee's (6) or both addressee and addresser's preferences (7):

(6) "What about asking *Granny and Lancelot* if they've seen them?" [16, p. 19].

In (6) the commissive with the illocution of suggestion-compulsion is realized. It is notable that one of the objects is used

in a diminutive form, and the other one in a full form. The fact is that the woman is the grandson's blood grandmother while the man is his step-grandfather. Therefore, the boy uses the non-diminutivized name *Lancelot* to demonstrate cold attitude to him; on the contrary, he refers to his grandmother as *Granny*, which testifies to his affection and positive attitude to her. In such patterns as *what about*, *would you like*, *do you fancy*, the decision whether the action is going to be fulfilled entirely depends on the hearer.

(7) *I gave him a push and waved at Football. "Come on, let's play footie then. I'll give you a real game"* [14, p. 142].

Example (7) demonstrates the situation when the diminutive is to create a friendly atmosphere, empathy and positive attitude to the suggested object, because in such a way the addresser demonstrates his wish to achieve the perlocutionary effect and encourages the hearer to act. Both the hearer and the speaker make a decision about performing an action (*let us*). The given example testifies to the fact that diminutives in the commissive SA are formed not only analytically but also synthetically. The stronger perlocutionary effect of synthetic diminutives requires further research, however, this type of diminutives in the commissive SA are stronger in terms of expressiveness.

4. Speech acts of promise

The speech act of promise is a prototypical commissive. Among all the commissive SA, promise implies the strongest degree of commitment. It is carried out at the initiative of another person (the one who is given a promise) and it is usually not the speaker who benefits from it. According to A. Weirzbicka [17, p. 207] "one of the most intriguing aspects of promises is related to the obligation which this act imposes on the speaker". The scholar views the obligation as a way of achieving the real point of an act of promising. It is notable that K. Schneider did not find a single example of promise modified by diminutives [4, p. 179]. He attributes it to the fact that the use of diminutives can question the sincerity of the fulfilled promise. However, in our corpus such examples do occur:

(8) *Of course, there isn't anything you can do to help Mrs. Quack, but as I told you in the beginning, what you can't do others can. Now I don't say that I can help Mrs. Quack, but I can try. I believe I'll do a little thinking myself* [18].

In (8) the speaker gives the addressee a promise to save the bird. It is necessary to justify why this example presents the SA of promise not any other one. It cannot be the SA of announcement, because the speaker does not benefit from performing the action. It can neither be the SA of offer because the speaker does not offer anything to the addressee. Thus we treat it as the SA of promise in which the diminutive functions for minimizing the speaker's responsibility for his words in case of not fulfilling his promise.

The diminutive-based SA of promise can be interpreted in the following way: "I promise to do Z^{dem} – supposing that you want me to do Z, wishing to have you think that I am obliged to do it and avoid your negative reaction in case I cannot do it, I say: I want to do Z^{dem} ".

5. Speech acts of threat

The speech act of threat differs from that of promise because it is performed not for the benefit of the addressee. According to another assumption speech acts of threat and promise "share with other commissives a requirement for satisfaction of a condition on their propositional content, which must describe a future

action or omission, or a sequence of such actions or omissions, by the speaker" [19, p. 216–217]. K. Bach and R. Harnish [20] state that threat is a directive commissive. On the one hand, the addresser wants the addressee to perform action 1 (*directive*), on the other hand – the addresser pledges to perform action 2 in the future (*commissive*) in case action 1 has not been performed, e.g.:

(9) *"Now button that lippy little mouth of yours or I'll set light to you"* [14, p. 207].

Lorena Pérez Hernández [10, p. 265] considers the directive-commissive hypothesis erroneous and suggests that "peripheral members of the threat category can have a higher degree of politeness as they gradually fade into a more polite speech act like warning". However, in our corpus there are no occurrences to illustrate this assumption.

We consider that a diminutive can be used in the SA of threat in order to amplify expressiveness and antagonism, i.e. it is realized for intensifying the seriousness of the situation rather than for minimizing the illocutionary force of threat.

Moreover, a diminutive in threat can be employed for expressing a familiar attitude and displaying superiority of the speaker over the hearer. In this case, the effect of familiarity is created by means of diminutizing the name of the hearer as well as that of the speaker or the referent.

(10) *"Raymond slapped him on the cheek, hard. 'Now, now.' He said. 'Don't fight with auntie, not unless you want to get 'urt'"* [15, p. 92].

Diminutive can modify the directive suggestion like in example (10) or modify the commissive suggestion like in (11):

(11) *"When I get back to the station, I'm going to do a little checking up on you," he said to my passenger. "Me? What've I done wrong?" The rat-faced man asked"* [15, p. 33].

Thus, in (11) the use of analytical diminutive does not imply minimizing the speaker's responsibility for what has been said in case of not carrying out the threat. It highlights increasing inner emotional tension and the conflicting features of the dialogue. Examples (10) and (11) emphasize the difference of realizing diminutives in the promise and threat as the latter is most threatening SA for the hearer's "face". On the one hand, it ignores the need of the hearer in negative politeness, and on the other hand, it downgrades the image by a non-serious, familiar attitude. A familiar attitude is also rendered by a synthetic diminutive in the commissive offer:

(12) *"You bears get out of here or I will fetch my daddy, who is a hunter"* [21, p. 14].

A diminutive-based SA of threat can be interpreted in the following way: "I will do Z^{dem} – supposing that you do not want me to do Z, wishing to let you know it beforehand, and willing to express my *familiar attitude*, I say: "I will do Z^{dem} ".

Table 1

Diminutive occurrences in the commissive speech acts

The type of the commissive speech act	The number of diminutive occurrences	The ratio, %
Offer	2	4,9
Announcement	6	14,6
Suggestion	15	36,6
Promise	8	19,5
Threat	10	24,4
Total	41	100

Conclusions. The findings of the present study demonstrate that there have been analyzed such diminutive-based commissive speech acts as offer, suggestion, promise and threat. Diminutives in *offers* are realized for minimizing the speaker's efforts and the hearer's benefit, and for saving his/her "face". In *announcements* diminutives contribute to minimizing the speaker's benefit while in *suggestions* they serve for minimizing the hearer's efforts. In *promises* the diminutive functions for minimizing the speaker's responsibility for his words in case of not fulfilling his promise. In *threats* diminutives modify the speaker's responsibility for what has been said in case of not carrying out the promise, and testify to increasing inner emotional tension and the conflicting features of the dialogue. The data of the quantitative analysis of diminutive-based commissive speech acts demonstrate in Table 1 that diminutives in speech acts of order (43.1%) and demand (24.6%) have been most frequently used in children's prose, while diminutives in speech acts of pleading (13.8%) have been the least frequently used.

As for the prospects for the future research, they consist in analyzing the peculiarities of diminutive occurrences in other speech acts, e.g. representatives, expressives.

References:

- Kiklewicz A. The Hierarchical System of Speech Acts. *Lingua Posnaniensis*, 2011. LIII (1). P. 65-81. doi: 10.2478/v10122-011-0005-6. URL : <https://content.sciendo.com/view/journals/linpo/53/1/article-p65.xml?language=en> (Accessed 17.01.2021).
- Biały P. Synthetic Diminutives in English Nursery Rhymes: Formations with the suffix -ie. *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie*, 2012. N. 8. P. 113–121.
- Rosiak K. From Synthetic to Analytic? The Changing Use of Diminutive Expressions in Welsh. In *Ahlqvist, Anders & O'Neill, Pamela (eds.), Celts and Their Cultures at Home and Abroad. A Festschrift for Malcolm Broun*. Sydney : Celtic Studies Foundation, University of Sydney, 2013. P. 289–310.
- Schneider K. Diminutives in English. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2003. 254 p.
- Буряковская А. А. Диминутивность в английской языковой картине мира: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Тула, 2008. 153 с.
- Mintsys E. Ye., Mintsys Yu. B. Theoretical Principles of Researching Diminutive. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2015. Vol. 2. № 2–3. P. 29–35.
- Bystrov Y., Mintsys E., Mintsys Yu. English Diminutives in Children's Literature: A Case Study of Directive Speech Acts. *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*, 2020. Vol. 17. № 5. P. 77–96. URL : http://www.skase.sk/Volumes/JTL47/pdf_doc/05.pdf.
- Searle J., Vanderveken D. The Foundations of Illocutionary Logic. *Logic, Thought and Action*. Cambridge University Press, 1985. P. 109–132.
- Austin J. How to Do Things with Words, 2nd edition. Philosophical Papers. Oxford, MA: Harvard University Press, 1975. 192 p.
- Hernández L. Illocution and Cognition: a Constructional Approach. Universidad de la Rioja: Servicio de Publicaciones, 2001. 366 p.
- Dickens Ch. Oliver Twist. URL : <http://www.readcentral.com/chapters/Charles-Dickens/Oliver-Twist/028> (Accessed 10.01.2021).
- Carroll Lewis. Alice's Adventures in Wonderland. URL : <http://www.readcentral.com/chapters/Lewis-Carroll/Alices-Adventures-in-Wonderland/012> (Accessed 20.12.2020).
- Wilson J. The Mum-Minder. L.: Yearling, 1994. 96 p.
- Wilson J. The Dare Game. L.: Corgi Yearling Books, 2001. 250 p.
- Dahl R. The Wonderful Story of Henry Sugar and Six More. L.: Puffin Books, 2000. 225 p.
- Strong J. My brother's famous bottom. L.: Puffin Books, 2007. 86 p.
- Wierzbicka A. Semantics, culture, and cognition: universal human concepts inculture-specific configurations. New York: Oxford University Press, 1992. 496 p.
- Burgess T. W. The Adventures of Poor Mrs. Quack. URL : <http://www.gutenberg.org/files/5846/5846-h/5846-h.htm> (Accessed 20.01.2021).
- Salgueiro A. Promises, Threats, and the Foundations of Speech Act Theory. *Pragmatics. International Pragmatics Association*. 2010. 20:2.213-228. URL : <https://journals.linguisticsociety.org/elanguage/pragmatics/article/download/2569/2569-5290-1-PB.pdf> (Accessed 15.01.2021).
- Bach K., Harnish R. Linguistic Communication and Speech Acts. The MIT Press Cambridge, Massachusetts, and London, England, 1979. URL : https://www.academia.edu/34217327/Linguistic_Communication_and_Speech_Acts (Accessed 18.01.2021).
- Ahlberg A. Ten in a Bed. L.: Puffin Books, 2003. 95 p.

Мінцис Е. Є., Мінцис Ю. Б., Павлюк І. Б. Комісивний мовленнєвий акт за участю демінутивів (на матеріалі англomовної дитячої прози)

Анотація. У запропонованій статті розглядаються англійські димінутиви з точки зору теорії мовленнєвих актів. У центрі уваги дослідження є комісивні мовленнєві акти, які виконуються лише мовцем або мовцем і слухачем. Ці мовленнєві акти означають, що мовець зобов'язаний дотримуватися певної лінії поведінки. Крім цього, особлива увага приділяється основним словотворчим способом утворення англійських димінутивів (синтетичному та аналітичному). У процесі дослідження ми послуговувалися теоретичними постулатами Дж. Серля, К. Шнайдера, А. Вежицької та інших лінгвістів, а також розглядали ідеї запропоновані сучасними науковцями (напр.: П. Б'яли, А. Буряковська, А. Кіклевіч). На матеріалі дослідження художніх творів відомих дитячих англomовних письменників (напр.: Р. Дал, Дж. Стронг, Дж. Уілсон) визначено такі комісивні мовленнєві акти за участю димінутивів, як 'пропонування', 'оголошення', 'пропозиція', 'обіцянка' та 'погроза'. Демінутиви у пропонуваннях (offer) реалізовані з метою применшення затрати мовця та вигоди слухача, а також збереження його "лиця". В оголошеннях (announcement) за допомогою демінутивів применшується вигода мовця, а у пропозиціях (suggestion) демінутиви слугують для применшення затрат слухача. В обіцянках (promise) демінутиви модифікують відповідальність мовця за сказане у випадку недотримання слова, у погрозах (threat) вони демонструють підвищення емоційності внутрішнього стану та конфліктність діалогу під час погрози. Результати дослідження емпіричного матеріалу відображені у кількісному аналізі використання димінутивів у мовленнєвих комісивних актах в англomовній дитячій прозі (див. Табл. 1). Було виявлено, що найчастіше димінутивність реалізується у мовленнєвих актах пропозиції та погрози, а найменш поширеною димінутивність є у мовленнєвих актах пропонування.

Ключові слова: димінутив, димінутивність, мовний акт, пропонування, оголошення, пропозиція, обіцянка, погроза.

*Монастирська Л. В.,**доцент кафедри філології, перекладу та стратегічних комунікацій
Національної академії Національної гвардії України,
аспірантка кафедри теорії та практики перекладу
Національної академії Служби безпеки України*

НАТОВП ЯК ДИСКУРСИВНА СПІЛЬНОТА

Анотація. У статті акцентовано увагу на необхідності і доречності виокремлення й наукового аналізу основних характеристик натовпу як дискурсивної спільноти в сучасній лінгвістиці. Проаналізовано основні підходи дослідників до тлумачення поняття «натовп» і «дискурсивна спільнота». Наводяться причини, чому саме феномен натовпу став центральним об'єктом сучасних наукових досліджень у психології, соціології і лінгвістиці. Осмислюючи подані положення під кутом зору новітніх наукових парадигм, передусім когнітивної лінгвістики, прагмалінгвістики та психолінгвістики, маємо визначити фактори, які сприяють виникненню натовпу як дискурсивної спільноти (стихійні лиха, масові видовища, політичні акції та площадки для масових гулянь), психолінгвістичні особливості натовпу. Слід за А. Назертяном виділити види натовпу (оказіональний, конвенціональний, експресивний і діючий) та, спираючись на підхід Джона Свейлза, виокремити категоріальні характеристики натовпу як дискурсивної спільноти. Натовпу притаманна емоційність та нездатність до критичного мислення, тобто в інтелектуальному відношенні натовп завжди нижче, ніж окремих індивідів. Така необхідність була зумовлена все більшим інтересом до дослідження натовпу як дискурсивної спільноти, який є важливою складовою частиною процесу забезпечення національної безпеки в умовах глобальних викликів безпеки, зокрема гібридної війни на Сході України. Автор описує типи позиціонування формування натовпу як складної комунікативної події. Дослідження натовпу як дискурсивної спільноти дозволить провести низку міждисциплінарних досліджень, спираючись на які, можливо бути вирішити ряд актуальних проблем запобігання конфліктів із натовпом для спеціалістів інститутів сектору безпеки і оборони (ІСБО), адже комунікативна грамотність є одним із чинників забезпечення громадського порядку в державі, ствердження верховенства права, демократії і поваги до людини.

Ключові слова: натовп, дискурс, дискурсивна спільнота, комунікативна подія, національна безпека.

Постановка проблеми. Дослідження натовпу, яке почалося ще у XIX столітті і активно продовжується у XXI, привернуло значний інтерес до проблеми вивчення натовпу як дискурсивної спільноти. Сьогодні все частіше різноманітні масові заходи стають популярними видами відпочинку у суспільстві, адже вони задовольняють потреби особистості у політиці, спорті, культурі та мистецтві. Під час будь-якого масового заходу важливу роль відіграє саме організація цього заходу, завдяки чому можна запобігти порушення громадського порядку, загроз безпеці суспільству, не ставити перепон у діяльності співробітників інститутів сектору безпеки і оборони (ІСБО). Для співробітника ІСБО важливо знати

психолінгвістичні особливості організації натовпу і принципи соціальної комунікації, які забезпечать громадський порядок в умовах соціальних конфліктів [1]. Відповідність сучасним напрямкам дослідження мови, спрямованість на створення цілісних уявлень про натовп як дискурсивну спільноту свідчить про актуальність обраної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознайомлення з теоретичними джерелами за темою дослідження засвідчило, що на тлі низки глибоко вивчених питань існують прогалини, які потребують осмислення та всебічного опису. Роботи закордонних вчених Мішеля Фуко про дискурс та Делла Хаймса з його теорією про мовні спільноти слугували теоретичною базою концепції «дискурсивної спільноти». Але першим, хто сформулював парадигму вивчення дискурсивної спільноти, був Джон Свейлз. Феномен натовпу ще з початку минулого століття став об'єктом пильного вивчення різних наук, серед яких психологія [2; 3; 4], соціологія [5–8] і лінгвістика [1; 9]. Проблема вивчення натовпу набула колосального значення. Дослідженням натовпу займалися Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд, Е. Фромма, М. Горкгаймер, С. Московічі. Серед сучасних дослідників, що займаються вивченням цієї наукової проблеми, назвемо Л. Пелепейченко, Л. Компанцеву, І. Сундієва, Л. Почобута, О. Забаріна.

Метою статті є виявлення типових характеристик натовпу як дискурсивної спільноти у сучасній лінгвістиці.

Виклад основного матеріалу. Для цього дослідження актуальним є визначення натовпу, запропоноване О. Забаріною: «Натовп – тимчасове з'єднання окремих осіб, пов'язаних загальною потребою, інтересом, ідеєю, вірою, усвідомленням своєї спільності, що відрізняється від інших, в одне формально неорганізоване ціле, яка купує на час цього з'єднання єдність думок, почуттів, емоцій і дій» [10, с. 74].

Факторами, що сприяють виникненню натовпу як дискурсивної спільноти, є :

- стихійні лиха (пожежі, повені, землетруси);
- масові видовища (спортивні матчі, концерти);
- політичні акції (мітинги, демонстрації, вибори, страйки, акції протесту);
- площадки для масових гулянь і відпочинку (стадіони, площі, приміщення і майданчики для розваг) [8, с. 180].

Варто загострити увагу на тому, що натовп не є просто «механічним» скупченням людей в одному місці, а являє собою саме сукупність людей, що об'єднується не за територіальною чи етнічною ознаками, а виходячи зі спільності комунікативних цілей, що стоять перед ними, а також єдиної технології, рівня компетентності, знань особливостей жанрової організації інформації і механізмів її обміну.

До таких особливостей натовпу можна віднести:

- підвищену групову сугестивність;
- підвищення емоційного сприйняття дійсності;
- придушення почуття відповідальності за власну поведінку;
- почуття сили і усвідомлення анонімності [10, с. 103].

А. Назертян виділяє чотири основних види натовпу:

1. Оказіональний, або випадковий натовп виникає стихійно у відповідь на ту чи іншу подію; поєднують елементи організованості й стихійності (випадок, коли натовп організувалася ззовні, а далі запустився процес самоорганізації).

2. Конвенціональний натовп пов'язаний інтересом до якогось задалегідь оголошеного масового розваги (спортивні змагання, концерти). Має спільний інтерес і задалегідь слідує тимчасовим нормам поведінки.

3. Експресивний натовп спільно виражає загальне ставлення до якоїсь події (радість, ентузіазм, обурення, протест).

4. Діючий натовп може виступати в одному з чотирьох підвидів:

а) агресивний – об'єднаний сліпою ненавистю до якогось об'єкта; б) панічний – стихійно рятується від реального або уявного джерела небезпеки; в) користолюбний – вступає в непорядкований безпосередній конфлікт за володіння будь-якими цінностями; г) повстанський – де людей пов'язує спільне справедливе обурення діями влади; він нерідко складає основу революційних потрясінь. [11].

Г. Ле Бон ототожнює будь-яку спільність людей із натовпом, групою. Класифікуючи натовп, він поділяє учасників натовпу на гомогенні (що складаються із представників однієї соціальної верстви, однієї вікової групи, однієї статі) та гетерогенні (які включають представників різних соціальних груп, виділених по позначених ознаках). [2].

По відношенню до громадському порядку розрізняють натовп:

- лояльний (нормативні), чия діяльність пов'язана з дотриманням, затвердженням і підтримкою громадського порядку;
- протестний, чия діяльність пов'язана із запереченням або дискредитацією громадського порядку;
- нейтральний (індиферентні), чия поведінка не впливає безпосередньо на громадський порядок (натовп глядачів) [10, с. 147].

Усе це свідчить про те, що будь-який натовп характеризується спільністю емоційного стану й спонтанною спрямованістю поведінки; наростаючим психічним зараженням – поширенням підвищеного емоційного стану від одного індивіда до іншого на ментальному рівні. Інколи відсутність чітких цілей і організаційна неврегульованість натовпу може перетворити його в об'єкт маніпуляцій або в інструмент тиску і протиправних дій.

Натовп розглядаємо як дискурсивну спільноту. Характеристики дискурсивної спільноти були запропоновані Джоном Свейлзом [12]. Спираючись на його підхід, виокремимо категоріальні характеристики дискурсивної спільноти натовпу:

- 1) група людей, яка спонтанно утворилась внаслідок спільного інтересу;
- 2) натовп не завжди має механізми для здійснення комунікації між його членами;
- 3) деякі типи натовпу створюють можливості інформаційного обміну (конвенційний, організований натовп);

4) натовп здатний повністю підкорятися емоціям і піддається маніпулятивному впливу;

5) використання спеціальних засобів управління емоційним станом (промови ораторів, музика, хоровий спів, ритуальні танці, ритми, різні зорові стимули (прапор, символи, портрети), учасники натовпу, що знімають себе на камеру і транслюють зображення в мережі).

Що стосується надзвичайних подій, що виникають через необережність або в силу біологічних факторів (епідемії), або природних, стихійних лих, то в цьому випадку масове звернення, як правило, будується стихійно, мимоволі. В умовах натовпу має місце особлива реакція зараження, коли психічний стан, настрої і поведінку особистості або групи резонують, посилюють шляхом ланцюгової реакції.

Так, В. Бехтерев писав: «Натовп зв'язується в одне ціле головним чином настроєм, а тому з натовпом говорити треба не стільки переконуючи, скільки розраховуючи перемогти його гарячими словами. А коли це досягнуто, залишається тільки керувати, наказувати й давати всім приклад, бо останній діє подібно навіюванню, цим користуються всі знамениті лідери ... В натовпі індивід втрачає завдяки дії навіювання значну частку критики і піддається сугестивності» [13, с. 76].

До елементів дискурсу натовпу слід віднести:

- комунікатора – суб'єкта, що ініціює інформаційні процеси;
 - подію – інформаційний привід, який утворив натовп;
 - канали передачі інформації;
 - аудиторію, що сприймає інформацію та має зворотній зв'язок;
 - контакт, що забезпечує взаємодію комунікантів.
- У ході формування натовпу як складної комунікативної події реалізується принаймні 4 типи позиціонування:
- 1) між її учасниками як колективним адресантом і цільовим адресатом – за відсутності безпосереднього контакту;
 - 2) між лідером і натовпом – асиметрична взаємодія;
 - 3) між кожним учасником і цільовим адресатом;
 - 4) між самими учасниками, в натовпі.

Розглянемо їх докладніше. Оскільки в першому типі не передбачається контакту з адресатом, то таке позиціонування не можна вважати безпосередньо комунікативним актом. Проте мета такої комунікації – вплинути. Сила впливу пропорційна числу голосів. Спосіб впливу – декларація від колективного адресанта, зазначеного великою кількістю людей в натовпі.

Другий тип – власне комунікація між лідером на трибуні й натовпом, але це комунікація асиметрична. Мета мовця – домогтися підтримки. Натовп – це колективний адресат із невеликим набором комунікативних можливостей: підтримка лідера – скандування гасел, прямі відповіді на питання реакція не підтримки і засудження, скандування лозунгів або відмова від комунікації з позиції нижчестоящого. Сила такої взаємодії – це сила унісону; вона може бути велика та виробляти страхітливий ефект на свідків, але може допомогти донести повідомлення до цільового адресата.

Третій тип позиціонування – між кожним учасником і цільовим адресатом. Наприклад, кожен з учасників натовпу несе своє повідомлення, але на рівних. Ієрархія відсутня, звернення має неформальний характер – це стирання кордонів формального і неформального спілкування, також відображає порушення кордонів, вихід за межі кооперативного спілкування [14, с. 398].

Мета кожного такого учасника натовпу – бути в підсумку поміченим, почутим адресатом. Їхня стратегія – самовираження. Безліч голосів з різними інтонаціями й регістрами створюють таким чином поліфонію протесту, не зливаючись в унісон.

Четвертий тип – безпосередня комунікація між демонстрантами в натовпі. Тут відбувається взаємодія солідарного типу серед рівних, взаємна підтримка, емоційна оцінка, жарти. Мета такого спілкування – набути прихильників, однодумців, солідарності.

Висновки. Концепція «дискурсивна спільнота» дозволяє проводити дослідження, виходячи за межі тільки однієї дисципліни, що дозволить вирішити низку актуальних проблем, які дозволять забезпечити контроль над поведінкою натовпу для співробітників ІСБО. Отже, натовп може складатися з різних, іноді конфліктуючих один з одним, спільнот, які можуть мати різні потреби, інтереси, місце і роль у суспільстві, і тому, для успішної комунікації, слід знайти щось спільне, апелювати до учасників комунікації простою мовою з метою сприйняття інформації всіма учасниками комунікативних подій однаково.

Перспективою дослідження вважаємо узагальнення інформації про основні характеристики дискурсу натовпу в сучасній лінгвістиці.

Література:

- Компанцева Л.Ф. Соціальні комунікації для фахівців сектору безпеки та оборони. підруч.: у 2 т. Т.1. Київ : Нац. акад. СБУ, 2016. 476 с.
- Лебон Г. Психология народов и масс. Москва : Академический проект. 2011. 238 с.
- Фрейд З. Психология масс и человеческое “Я”. *Диалог*. 1990. № 12. С. 102–122.
- Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. Академический проект. Москва. 2011. 872 с.
- Зиммель Г. Теория конфликтного функционализма. Москва : Academia, 1993. 415 с.
- Блумер Г. Коллективное поведение. *Американская социологическая мысль. Тексты*. / Пер. с англ. / Под ред. Добренкова. Москва : Издательство Московского Университета, 1994. С. 168–215.
- Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Методология социологии. Москва : Наука, 2011. 572 с.
- Почебут Л. Г. Социальные общности: психология толпы, социума, этноса. Монография. Санкт-Петербург, 2005. С. 178–182.
- Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядка. Теоретичні засади галузевої комунікації / За редакцією докт. філолог. наук, проф. Л.М. Пелепейченко. Харків : АВВ МВС України, 2009. 272 с.
- Забарин А.В. Психология толпы и массовых беспорядков : учеб. и практикум для вузов. Москва. 2018. 211 с.
- Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. Санкт-Петербург : Питер. 2003. 193 с.
- Swales, J.M. Discourse Communities, genres and English as an international language. *World Englishes*, Vol. # 2, 1988. pp. 211–220.
- Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Пг., 1921. 432 с.
- Федорова Л.Л. Формальное и неформальное общение: структура и границы. Русский язык сегодня. *Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН* / под ред. Н.Н. Розановой. Москва : Флинта : Наука, 2012. Вып. 5: Проблемы речевого общения. С. 395–405.
- Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
- Комунікативна особистість військовослужбовця Національної гвардії України в сучасному соціальному контексті : монографія / За ред. Л.М. Пелепейченко. Харків : Національна академія НГУ, 2014. 221 с.
- Pramoolsook, I. A Multi-layered Discourse Community: Defining Biotechnology and Environmental Engineering Discourse Communities at SUT. *Suranaree J. Soc.* Vol. 2, #1. June 2008, pp. 85–97.
- Swales, J.M. Genre analysis: English in Academic and Research Settings. Cambridge : Cambridge University Press, 1997.

Monastyrova L. Crowd as a discourse community

Summary. This research exposes the necessity and relevance to define and carry out specific analysis on basic characteristics of the crowd as a discourse community in modern linguistics. The main approaches of researchers to the interpretation of the concept of “crowd” and “discourse community” are analyzed. It is given reasons why the crowd itself has become the central object of modern scientific researches in psychology, sociology and linguistics. Analyzing these principles from the perspective of the latest scientific paradigms, first of all, cognitive linguistics, pragmalinguistics, psycholinguistics, it is necessary to emphasize that the factors which can cause the emergence of the crowd as a discourse community (natural disasters, mass shows, political actions and sides for mass events), psycholinguistic peculiarities of the crowd, according to A. Nazertian to single out the types of the crowd (occasional, conventional, expressive and acting) and, taking into account the approach of John Swales, to find and single out the categorical characteristics of the crowd as a discourse community. Crowd is characterized by emotionality and inability to think critically, that is, intellectually, the crowd is always lower than the individual. Such necessity was caused by the growing interest to the research of the crowd as a discourse community, which is one of the most important components of the process of ensuring national security in conditions of global security challenges, including the hybrid war in Eastern Ukraine. The author describes the types of positioning of crowd formation as a complex communicative event. Researches of crowd as a discourse community will allow to carry out a number of interdisciplinary studies, based on which it may be possible to solve a number of pressing problems of crowd conflict prevention for specialists of security and defense institutions (ISBO), because communicative literacy is one of the factors of providing public order, rule of law, democracy and respect for the human being.

Key words: crowd, discourse, discourse community, communicative event, national security.

Москвичова О. А.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської мови та методики її викладання
Херсонського державного університету

ФРЕЙМОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ХУДОЖНІХ КОНЦЕПТІВ У СКЛАДІ ФРАКТАЛЬНОЇ ПОЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ СВІТУ

Анотація. Екстраполюючи методологію лінгвопоетичного аналізу, методологію когнітивної лінгвістики та когнітивної поетики, враховуючи здобутки методології фрактального моделювання у математиці, фрактальній геометрії, синергетиці й теорії систем, окреслимо методику конструювання фрактальної поетичної моделі світу, яка характеризується складною структурою у лінгвокогнітивному вимірі. Вказана складність структури обумовлена когерентністю між складовими сегментами фрактальної поетичної моделі світу, тобто узгодженням дифузійних й дисипативних процесів, які уможливають когерентну зв'язність складної хаотичної структури у єдине фрактальне ціле. Із позиції точних наук фрактальне конструювання складної моделі відбувається при когерентному об'єднанні мікроелементів складної макроструктури з синхронізацією її еволюції. Фактором об'єднання складних фрактальних систем є аналогія хаосу, оскільки хаос відіграє конструктивну роль у ході будівництва фрактальної моделі. У контексті дослідження під хаотичністю, важливою для конструювання фрактальної моделі світу, розуміємо лавиноподібний інвентар художніх концептів, концептів та концептуальних тропів, які можливо ідентифікувати та реконструювати на матеріалі британських поетичних текстів XIX-XXI століть із застосуванням методики лінгвопоетичного, лінгвокогнітивного й поетико-когнітивного аналізів. Структурування фрактальної поетичної моделі світу у лінгвокогнітивному вимірі шляхом упорядкування художніх концептів й концептів та концептуальних тропів з подальшим фреймовим моделюванням та конструюванням концептуальних блендів з урахуванням методологічного інструментарію конструювання образ-схем концептуальних тропів дозволяє упорядкувати зазначені аспекти в єдиній фрактальній й лінгвокогнітивній моделі світу. У такий спосіб здійснюємо перехід когнітивної лінгвістики та когнітивної поетики на новий топологічний рівень, який ознаменовано можливістю графічного кодування лінгвокогнітивних постулатів у складній ієрархічній фрактальній моделі, що складається з самоподібних мікро- та макросегментів, а також з фреймової мережі та мережі концептуальних смислів.

Так, запропоноване моделювання фрактальної поетичної моделі світу відкриває нову галузь у сучасній когнітивній лінгвістиці та когнітивній поезії з опорою на сукупність методологій точних і гуманітарних наук. Висновуємо, що такою новою ланкою постає *когнітивна графіка*, або, точніше, *когнітивна фрактальна графіка*, оскільки репрезентована методика дослідження поетичних текстів з подальшим конструюванням фрактальної поетичної моделі світу враховує декілька аспектів когнітивної лінгвістики, когнітивної поетики, математики, геометрії, теорії систем, синергетики.

Ключові слова: художній концепт, концептуальні тропи, фрактал, фрактальна поетична модель світу, аттрактор,

мікросегменти фрактальної поетичної моделі світу, макросегменти фрактальної поетичної моделі світу, мережа концептуальних смислів фреймового та інтегрованого модулів фрактальної поетичної моделі світу.

У ході моделювання типології фрактальних ітерацій самоподібних фреймових моделей художніх концептів (далі – ХК) узагальненого предметно-почуттєвого спектра перцептивного модусу фрактальної поетичної моделі світу (далі – ПМФПМС) XIX-XXI століть актуальною постає новітня методологія фреймового моделювання у когнітивній лінгвістиці та когнітивній поезії. Встановлено, що фрейм постає набором концептів або атрибутивно-ціннісною структурою з акцентуалізацією семантичної сутності ментальних концептів та їх упорядкування у вигляді ієрархії з єдиним вузлом, який графічно позначається двома лініями. Вказаний вузол постає тим центром, з якого ієрархія концептів набуває подальшого фреймового розгалуження із зазначенням атрибутивного аспекту, який поєднує концепти в єдину фреймову матрицю [1].

Так, у сучасній концепції репрезентації концептів у фреймах С. Льюбнера та В. Петерсена зазначено, що концептуальна фреймова модель має бути максимально простою та жорсткою або стійкою. У рамках зазначеної концепції атрибутивний аспект і є тим самим аспектом, на базі якого концепти поєднуються, а фрейми конструюються як марковані графи з єдиним вузлом та атрибутивними стрілками-конекторами у такий спосіб (див. рис. 1 та рис. 2) [1]:

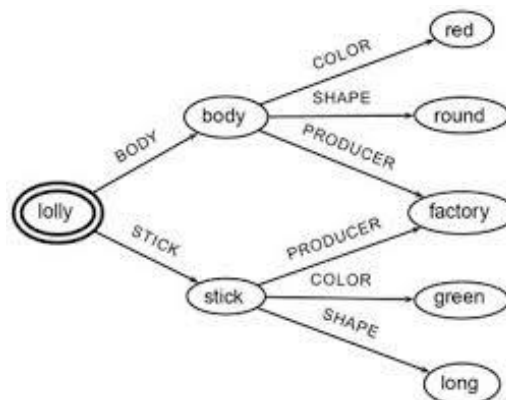


Рис. 1. Репрезентація концепту LOLLY у фреймовій матриці у концепції В. Петерсена

Ураховуючи зазначені надбання фреймового моделювання концептів, зауважимо, що вказані схеми фреймів демонструють полікомпонентні, одновершинні, односпрямовані фрейми і, в аспекті дослідження, моделюємо фрейми у вигляді фрак-



Рис. 2. Розгалуження концептів у фрейми у концепції В. Петерсена

тальних дерев з єдиним центром та гіллястою та розгалуженою фрактальною кроною (див. рис. 3).

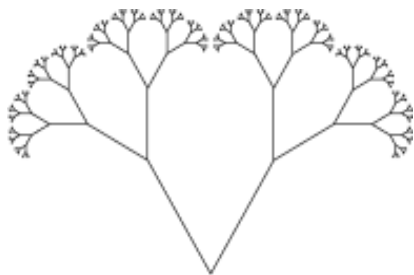


Рис. 3. Фрактальне дерево

Концептуальний вимір вказаного фракталу-дерева зумовлений тим, що в зазначеній графічній репрезентації моделюємо ідентифіковані нами ХК у вигляді фреймової матриці і, в такий спосіб, підкреслюємо концептуальну природу ФПМС, її мікро-сегмента – перцептивного модусу.

Зауважимо, що отримані результати дослідження, які репрезентовані у статті, постають результатом конструювання фрактальної поетичної моделі світу у лінгвокогнітивному вимірі на матеріалі британських поетичних текстів XIX–XXI століть [2–4]. У завдання статті входить проілюструвати розроблену автором новітню методологію фреймового моделювання ХК, тобто інноваційне аранжування ієрархії ХК в єдиній фреймовій матриці. Мета статті зумовлена інноваційним моделюванням фреймів на основі ідентифікованої ієрархії ХК у британських поетичних текстах XIX–XXI століть у ході конструювання ФПМС.

У типології фрактальних ітерацій самоподібних фреймових моделей ХК актуальними є ідентифіковані ХК предметно-почуттєвого спектру узагальненого ПМФПМС, а саме такі ХК, як: LIFE, DEATH, LOVE, PERSON / PERSONALITY. Узагальнюючи кількість реалізацій вказаних ХК у контекстах британських поетичних текстів XIX–XXI століть, зауважимо, що ці ХК обіймають центральний спектр узагальненого ПМФПМС XIX–XXI століть і, відповідно, графічно зобразимо типологію фрактальних ітерацій самоподібних фреймових моделей ХК у вигляді концептосфери із зазначенням кількісних показників цих ХК. Образно-асоціативний та смисловий спектри ПМФПМС XIX–XXI століть змодельовані нами із врахуванням як центральних ХК, так і периферійних ХК. Саме тому типології концептуально-смислових наближень та концептуально-смислових відхилень проілюструємо графічно у вигляді фреймового моделювання ідентифікованих нами ХК із врахуванням новітніх досягнень конструювання концептів у вигляді матриці.

Так, концептосфера ідентифікованих ХК предметно-почуттєвого спектру узагальненого ПМФПМС XIX–XXI століть є такою (див. рис. 4.):

Як бачимо, в типології фрактальних ітерацій самоподібних фреймових моделей ХК у вигляді концептосфери кількість ХК DEATH – 55 ідентифікацій (60%), ХК LIFE – 51 (34%), LOVE –

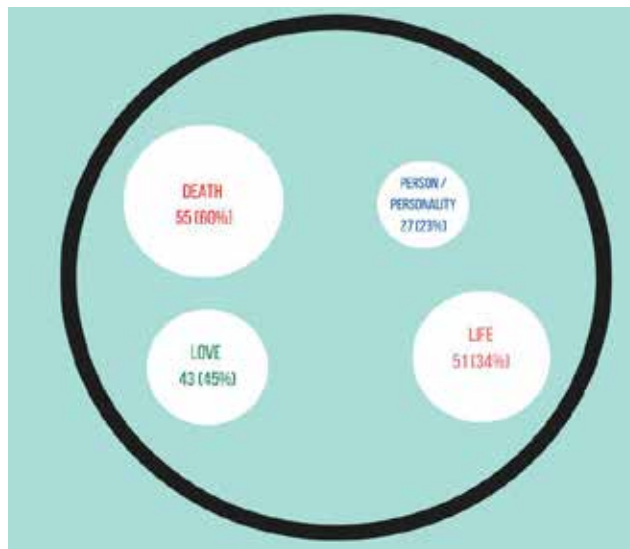


Рис. 4. Типологія фрактальних ітерацій самоподібних фреймових моделей ХК у вигляді концептосфери на базі ідентифікованих ХК у предметно-почуттєвому спектрі ПМФПМС XIX–XXI століть

43 (45%), PERSON / PERSONALITY – 27 (23%). Відповідно, у британській поетичній творчості романтизму, модернізму та постмодернізму домінує мотив смерті. Мотив кохання постає філософським, оскільки більшою мірою розкривається через втрачене або нещасливе кохання і є близьким до мотиву смерті. Звертаються британські поети XIX–XXI століть і до мотиву життя, але у проєкції роздумів над сенсом буття та смерті. Особистісний мотив, переживання особистості поета, рефлексія власного «я» поета у віршах у формі комунікативного діалогу із читачами є спорадичним.

Як зазначалось, типологію концептуально-смислових наближень самоподібних фреймових моделей ХК конструюємо за рахунок ідентифікованих ХК в узагальненому образно-асоціативному спектрі ПМФПМС XIX–XXI століть. Спираючись на фреймове моделювання концептів із урахуванням центру, вузла, який графічно маркується двома лініями, а також на наявність атрибутивного аспекту у фреймовій матриці, пропонуємо власне фреймове моделювання ідентифікованих нами ХК образно-асоціативного спектру на матеріалі британських поетичних текстів XIX–XXI століть.

Так, встановлено, що інваріантними ядрами вказаного спектру є такі ХК, як: GOD, TIME, DREAM. У процесі фреймового моделювання ідентифікованих нами ХК узагальненого образно-асоціативного спектру ці ХК є центральними, тобто тими вузлами, які є відправним пунктом для подальшого розгалуження ХК у фреймову матрицю, яку графічно зображуємо у вигляді фракталу-дерева. У ході моделювання фреймів постає можливим поєднати ХК в єдиному слоті відповідно до атрибутивного аспекту. Відповідно, типологія концептуально-смисло-

вих наближень самоподібних фреймових моделей ХК розподіляємо на три фреймові матриці залежно від центральних ХК. Першою фреймовою матрицею є розгалуження ідентифікованих ХК у відповідності до центра, ХК GOD, тих ХК, які є периферійними в узагальненому образно-асоціативному спектрі ПМФПМС XIX-XXI століть (див. рис. 5).

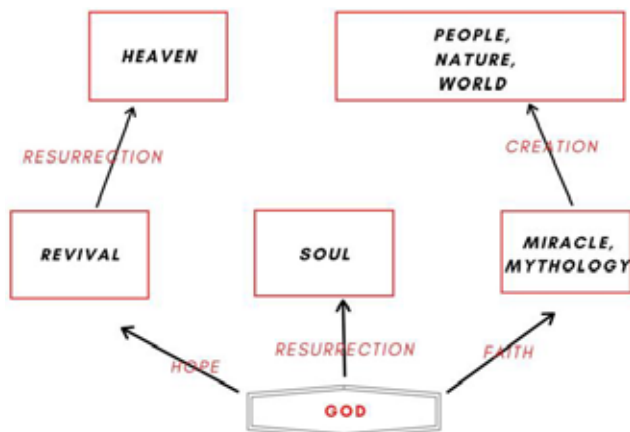


Рис. 5. Типологія концептуально-смыслових наближень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК GOD

У графічній репрезентації типології концептуально-смыслових наближень самоподібних фреймових моделей ХК із центральним вузлом ХК GOD вказаний ХК маркуємо графічно двома лініями, оскільки він є центральним серед ідентифікованих ХК в узагальненому образно-асоціативному спектрі ПМФПМС XIX-XXI століть. Відповідно до атрибутивних зв'язків між ХК лініями показуємо розгалуження фреймової матриці в гіллясту крону у вигляді фракталу-дерева із зазначенням вузлів або слотів – кластерів із сукупністю ідентифікованих периферійних ХК образно-асоціативного спектру ПМФПМС XIX-XXI століть. Зауважимо, що не всі периферійні ідентифіковані ХК увійшли до цієї моделі, оскільки ці ХК включено до інших фреймових моделей, відповідно до інших центральних ХК (TIME, DREAM). Так, вказана типологія складається з трьох фреймових моделей. Другою є типологія, яку графічно зображуємо навколо центрального ХК TIME (див. рис. 6).

У такий самий спосіб здійснено фреймове моделювання периферійних ідентифікованих ХК навколо центрального вузла – ХК DREAM (див. рис. 7).

Подібно до конструювання типології концептуально-смыслових наближень моделюємо і типологію концептуально-смыслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК, проте у вказаному моделюванні актуальними є ідентифіковані ХК із узагальненого смыслового спектру ПМФПМС XIX-XXI століть, центрами якої є ХК RESURRECTION, FEELING / FEELINGS, FLOWER, MAGIC. Периферійні ХК групуємо у фреймових матрицях відповідно до цих центральних ХК. Так, першою фреймовою матрицею є типологія концептуально-смыслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК із центральним вузлом ХК RESURRECTION (див. рис. 8).

У такий самий спосіб моделюємо типологію концептуально-смыслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК з центральними вузлами ХК FEELING / FEELINGS (див. рис. 9), FLOWER (див. рис. 10) та MAGIC (див. рис. 11).

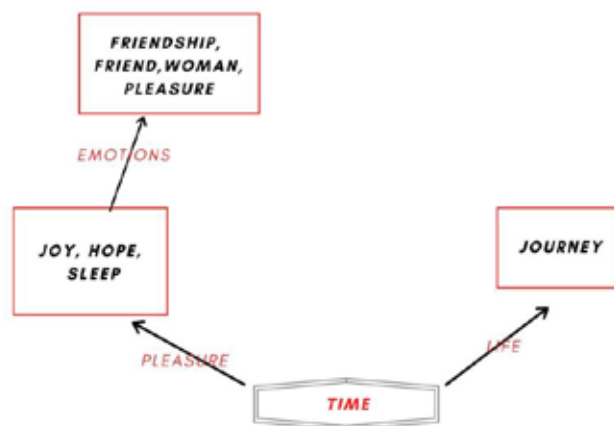


Рис. 6. Типологія концептуально-смыслових наближень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК TIME

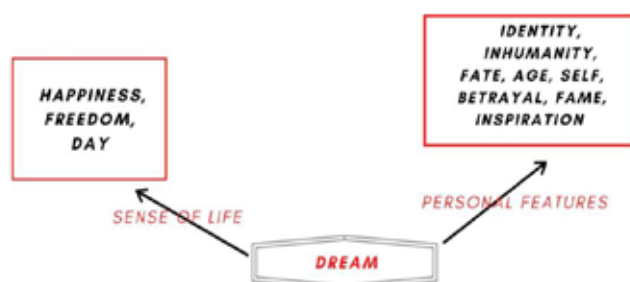


Рис. 7. Типологія концептуально-смыслових наближень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК DREAM

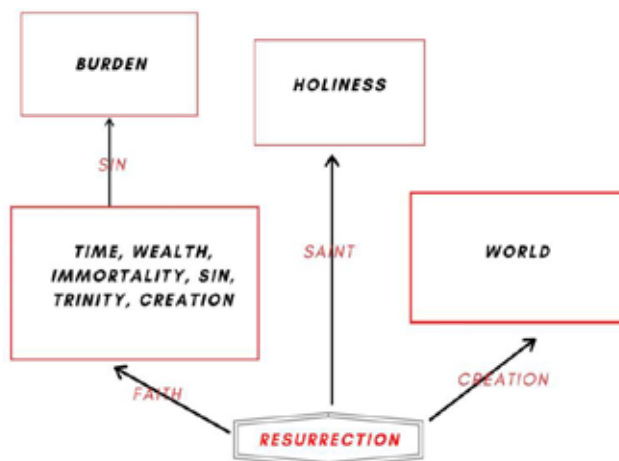


Рис. 8. Типологія концептуально-смыслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК RESURRECTION

Отже, враховуючи надбання сучасного моделювання концептів у фреймову матрицю, нами змодельовано типологію концептуально-смыслових наближень та типологію концептуально-смыслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК. Вказане конструювання спирається на ієрархію ідентифікованих центральних ХК та периферійних ХК узагальнених спектрів ПМФПМС XIX-XXI століть. Графічно фреймові слоти зображуємо у вигляді фракталу-дерева. Концептуальна

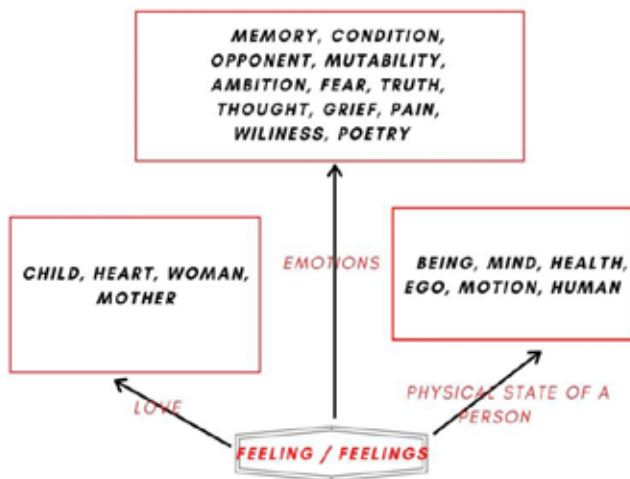


Рис. 9. Типологія концептуально-сміслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК FEELING / FEELINGS

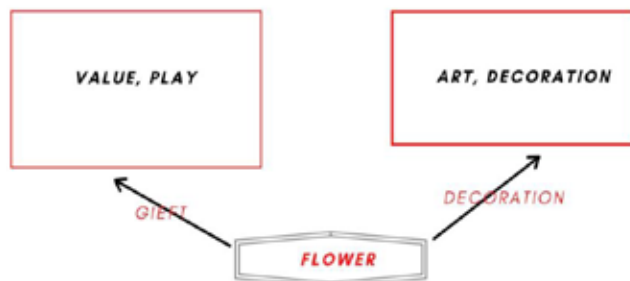


Рис. 10. Типологія концептуально-сміслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК з центральним вузлом ХК FLOWER

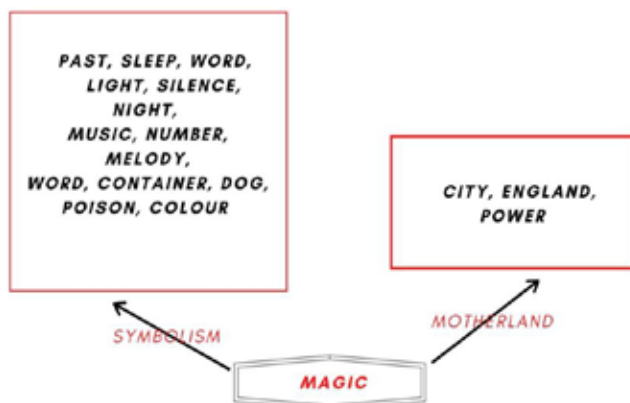


Рис. 11. Типологія концептуально-сміслових відхилень самоподібних фреймових моделей ХК із центральним вузлом ХК MAGIC

складова частина конструювання фреймів обумовлена тим, що, відповідно до атрибутивного аспекту, периферійні ХК групуюмо навколо ХК ядер, або центральних вузлів. У фреймових матрицях типологій концептуально-сміслових наближень та концептуально-сміслових відхилень заковано нами всі ідентифіковані ХК у британських поетичних текстах ХІХ–ХХІ століть. Так, запропоноване фреймове фрактальне моде-

лювання ХК у фреймову матрицю постає закованою системою цінностей британських поетів ХІХ–ХХІ століть, втілену в ідентифікованих ХК.

Література:

1. Gamerschlag T. Meaning, Frames, and Conceptual Representation. Düsseldorf: Düsseldorf University Press, 2015. 331 p.
2. Moskvichova O. A. The Fractal Poetical Model of the World in the Linguistic and Cognitive Illumination. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія*. 2019. Вип. 43, т. 3. С. 23–29.
3. Moskvichova O. A. The Methodology of the Modelling of the Fractal Poetical Model of the World (Based on the British Poetry of the XIXth Century). *Modern Philology : Promising and Priority Areas for Scientific Researches : collective monograph* / L. Didukh, D. Drozdovskiy, T. Konovalenko, V. Koroliova, etc. Lviv-Toruń, 2020. P. 99–132.
4. Moskvichova O. A. The Design of the Fractal Poetical Model of the World (based on the British Poetry of the XX–XXIst Centuries). *Modern Researches in Philological Sciences : collective monograph* / edited by I.-M. Fărcaș. Baia Mare, 2020. P. 217–239.

Moskvichova O. The frame modelling of literary concepts in the fractal poetical model of the world

Summary. The article is dedicated to the illumination of the methodology of the modelling of the fractal poetical model of the world as the construct that consists from segments of micro- and macro-levels. The complexity of the fractal poetical model of the world is explained by the net of the conceptual senses of the frame mode and the integrated mode, their fractal self-similarity, conceptual and semantic approximations and deviations.

The article is dedicated to the investigation of the specificity of the reproduction of the reality in the fractal poetical model of the world on the basis of the British poetry of the XIX–XXIst centuries with the help of the linguistic, of the poetical analysis of the lexical and the semantic tropes as the verbal means of the actualization of cognitive processes of the formation of the fractal poetical model of the world and the outlining of the axiological sense that is specific for the cognitive style of poets of the British romantic, the modern and the postmodern periods by means of linguistic, cognitive, poetic analyses of the above mentioned tropes. The analyses comprises the usage of the cognitive and the discourse strategies of the interpretation of the deepest sense of the fractal poetical model of the world, such as: the reconstruction of the axiological literary concepts as elements of the fractal poetical model of the world, the modelling of the conceptual tropes as the cognitive basis of the formation and of the designing of the fractal poetical model of the world and the modelling of conceptual blends and frames as emergent cognitive structures of the embodied understanding in the poetics of the British romantic, the modern and the postmodern periods. The study presents the results of the multidisciplinary investigation of the modelling of the fractal poetical model of the world representing the peculiar scientific research of the author. The information presented in the article is the polydisciplinary combining the cognitive linguistics, the cognitive poetics and the mathematics with the fractal geometry.

Key words: the literary concept, conceptual tropes, the fractal, the fractal poetical model of the world, the attractor, the microsegments of the fractal poetical model of the world, the macrosegments of the fractal poetical model of the world, the net of the conceptual senses of the frame mode and the integrated mode of the fractal poetical model of the world.

*Muradkhanian I. S.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages for the Humanities
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University**Hladkoskok L. H.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages for the Humanities
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University**Semen H. Ya.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages for the Humanities
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

MODERN MUSIC PROFESSIONALLY LIMITED VOCABULARY IN THE SYSTEM OF THE ENGLISH LANGUAGE

Summary. The absence of clear criteria for distinguishing between different layers of professionally limited vocabulary in the system of the language is an explanation of so many differences in the treatment of terms, professionalism, jargonisms and slang. The suggested working definitions of these groups of special vocabulary is an attempt to overcome this difficulty. It is necessary to pay more attention to the criteria for stylistic differentiation of professionally limited vocabulary. The present research is based on I. R. Halperin's concept and understanding of regarding professionally limited vocabulary. Having defined the groups of special music vocabulary the analysis of 50 units was undertaken with the result of its constituting 4,16% of all 1200 words in I. Ayto's "The Longman Register of New Words", 1987. According to the types of formation single words, compounding derivation prevail, words are more in number than word combinations. As to the parts of speech, the majority of words are nouns, formal words prevail over informal. Among the units there can be found borrowings from other languages: Latin and Hindi; French and Italian suffixes can be traced. Words from other sphere enter the music vocabulary and vice versa. Regional variants are represented by Americanisms. Some words become outdated due to the innovative technologies and rapid technological progress. Contextual analysis proved that only some words have positive implication, but mostly they are used with negative one. In the informative style the analysed words are used with the aim of informing the readers and listeners about the news in music world. Some stylistic devices can be found in the context created with the help of music words: morphologic repetition, antithesis, metaphor, from the syntactical point of view one-member exclamatory sentence with music word can be found. The perspective of research is the investigation of music professionally limited vocabulary in belles-lettres and colloquial functional styles.

Key words: music, term, professionalism, jargonism, slang, word formation types, context.

General outline of the problem and its links with the important scientific and practical issues. Terms, professionalism and jargon are three traditionally distinguished layers of profession-

ally limited vocabulary in linguistics. Still, the question of their differentiation can not be considered definitely resolved, it is difficult to draw out a clear demarcation line between them.

In modern English lexicography there is often a "substitution of concepts" when, for example, jargon is interpreted through the concept of a term. In particular, in dictionaries of modern music vocabulary [17].

This phenomenon can be explained by the absence of clear criteria for distinguishing between terminological and slang vocabulary. It is evidenced by the very definition of jargon. In English language dictionaries [19]. jargon is defined as follows: "technical terminology unique to a particular subject; technical terminology or characteristic idiom of a special activity or group; terminology used in a certain profession, such as computer jargon".

Based on these interpretations, it is difficult to distinguish what a word really is – a term or professionalism (or, for example, jargon), because in both cases, we are talking about the designation of some object (phenomenon, process) characteristic of a certain profession or type of activity. This is associated with difficulties in isolating terms from many authentic sources, especially modern on-line music dictionaries.

Let's refer to examples of jazz Glossary of terms [18].

Blow – the usual *term* for "improvise". Also, simply to play an instrument.

Legit – the jazz musician's somewhat *ironic term* for music, or a gig, that is not jazz.

Outro – a jocular term for coda; an added ending section.

Here the dictionary definition of the lexeme "*blow*" contains the word "term". This, however, cannot be considered a sufficient reason for classifying the unit as a term, since its definition contains a synonym "*to improvise*", while the defined word is a metonymy, and a synonym "*to improvise*" is a primary nomination.

The definitions of "*legit*" and "*outro*" units along with the reference word "term" contain its emotional characteristics (ironic, jocular), which can be considered as an implicit confirmation of the substandard stylistic status and it doesn't allow to classify the indicated units actually as terms.

Analysis of the latest investigations and publications on the given theme, emphasizing the previously unsolved parts of the general problem the article is devoted to.

The same lexical units in other dictionaries are defined as jazz musicians slang (jazz slang). On the other hand, the virtual slang dictionary uses “term” instead of “slang”. For example: *Blow* – A jazzman’s term for playing any instrument (e.g. That European guy, Django Reinhardt can easily “blow”) [16]. Along with that, the underlined unit is marked “*slang, jazz slang*” in dictionaries of American slang “Juba To Jive” [10] and “NTC’s Dictionary of American Slang And Colloquial Expressions” [14].

The well known researcher in the field of jazz music art, G. L. Dillard defines the stylistic status of such lexical units more vaguely. In the book “Lexicon of Black English” he argues as follows: “Many of the terms discussed below have by now been absorbed by General American English, becoming merely the music-listening public’s terms rather than the Black musician’s terms for certain music devices, procedures, and experiences” [9, p. 61]. The word “term” here acquires the definition “public” to emphasize the elimination of ethnostylistic specific features (beyond “black” musicians’ parlance). The author doesn’t comment on the fact, that emotional and expressive character of units in question, and the presence of neutral synonyms doesn’t allow to consider them strictly terms, c.f. *licorice stick* (clarinet), *slush pump* (trombone) etc. [9, p. 69].

The author of the dictionary “Rockspeak! The Dictionary of Rock Terms” Tom Hibbert doesn’t draw a demarcation line between terms and reduced vocabulary, classifying quite different groups of words as rock music terms: “*music business and record company jargon, musical genre and dance craze definitions, fan terminology, music press clichés etc*” [10, p. 5].

Rick McRae in the article “What Is Hip? And Other Inquires in Jazz Slang Lexicography” trying to distinguish between “jazz terms” and “jazz argot”, refers such units, as “*bark*”, “*yelp*”, “*meow*”, “*horse-neigh*”, “*laugh*”, “*sneeze*” to the number of terms [12, p. 3]. The author tries to justify his point of view by the fact that “The New Grove Dictionary of Jazz” contains 95 terms, which originally could be found in jazz slang dictionaries, and afterwards they acquired a terminological status (“*lick*”, “*riff*”, “*bend*”, “*shout*” etc.) [12, p. 7].

Stylistic amelioration and transition of such units into the sphere of terminological vocabulary is fixed in many lexicographic sources, including the jazz dictionary already mentioned:

bend – “sound effect, pitch bend, played on the guitar, keyboard and wind instruments”;

lay back – “deliberately play notes with a slight delay after the beat”;

lay out – “stop playing either for a few measures, or for a longer section of a song, or for a whole set”;

inside – “to improvise within the harmonic structure of the composition”;

outside – “move away in improvisation from the given harmonic structure of the composition”

ride out – “perform the last chorus of a fast composition, jointly improvising in a loud, enthusiastic manner”;

riff – “a short melodic ostinato (ostinato – “a melodic, harmonic or rhythmic turn repeated in a row”), which serves as the basis for improvisation”;

shake – “a sound effect reminiscent of a trill or prolonged vibrato, produced on a wind instrument by shaking it while playing”;

shout – “a kind of chorus, which is performed by a big band, where the brass section is leading, and is characterized by loudness and inspiration”;

sit in – “to play in an ensemble without being a member of it (for example, to replace temporarily one of the musicians)”;

smear – “extended band down a semitone or tone and then sharply up again, creating the effect of “dirty” sounding”;

stretch out – “to improvise on a given topic for a long period, using as many appropriate techniques and effects as possible”;

vamp – “a short, rhythmically and harmonically uncomplicated passage, performed before the introduction of the soloist; the technique of performing is ostinato before or between solo parts, as well as for expansion during or after a solo”.

However, none of the special dictionaries analyzed found the terminological use of such units as “*bark*”, “*yelp*”, “*meow*”, “*horse-neigh*”, “*laugh*”, “*sneeze*” which allows to disagree with Rick McRae and classify these words as jargon vocabulary. At the same time, the word “*lick*” is defined as jargon: “*lick*” – in jazz argot a short motif or formula inserted into an improvisation when the context permits or when invention lapses” [13, p. 708].

Thus, determining the words of interest and their status, in the majority of foreign sources there is an undifferentiated use of the words “*term*” and “*slang*” (professional/jazz slang) which indicates the absence of strict criteria for stylistic differentiation of professionally limited vocabulary. The problem is most clearly reflected in the title of Karl Kons’ article for “The Down Beat” magazine (1935) “The Slangage of Swing: Terms the Cats Use”, where “*cats*” (slang for jazz musicians) appears along with the words “*terms*” and “*slang/ slangage*”. It’s worth noting, that in English-language sources, which we have already addressed to, professionalisms as a special layer of vocabulary, are not singled out at all.

The situation is somewhat different in the works of Russian authors, however, here as well it is difficult to draw out clear boundaries between these layers of professional vocabulary. A lot of researchers don’t clearly differentiate them, commenting only on the basic properties of terminological vocabulary [Shelov 1984; Grinev 1993; Podkolzina 1992; Samorukova 2001].

One of the most detailed is I. R. Halperin’s concept [1, p. 76-77]. Based on his definitions the following features of terms distinguish them from other layers of professional vocabulary:

- conventional character;
- naming a new concept of science
- direct relation to the terminological system of corresponding branch of science, art;
- predominant use in special literature;

The definition of “*jargon*” is given as follows: “jargon is a reorganized term for a group of words that exists in almost every language and its aim is to preserve secrecy within one or another group”. At the same time, two differences of terms from jargon and professionalisms are indicated:

- 1) the use of terms in literary and book vocabulary;
- 2) terms are created to define newly emerging concepts as a result of scientific discoveries and technological progress, while professionalisms and jargon denote in a new way already known concepts [1, p. 109, 113].

A number of investigations is dedicated to structural and semantic analysis of music terminology [5], [4], jargon [2], modern English slang [3], [6]. They include valuable observa-

tions, vivid examples, thorough analysis of special vocabulary of the language.

Traditionally music terminology is subdivided into verbal and graphic [5, p. 123]. In musical terminology of performance English music terms are not so active [5, p. 124]. The authors emphasize the relativity of the boundaries that isolate different types of special types of special vocabulary groups [6, p. 86]. Compiling of dictionaries, glossaries, preparing reference-books and chapters of textbooks devoted to music which are used in the teaching process, explaining of lexical units and word combinations to music majors, text interpretation is hard to achieve without systematic monitoring and investigating of the processes that take place in the vocabulary of music world. I. V. Arnold argues that “the study of changes occurring in a group of terms or a whole terminological subsystem can give very valuable data” [7, p. 213].

The aim of the article is to differentiate and define the special vocabulary of music, analyze ways of their formation and their functioning in the text. Thus, the following tasks become the priority: 1) to find and single out the examples of music words in different sources; 2) to differentiate and define them illustrating with examples; 3) to analyze ways of their word-formation by means of calculations and presentation by means of the table; 4) to show their functioning in the context.

Presentation of the main material of investigation with thorough grounding of the obtained scientific results.

First and foremost it is necessary to define words of special music vocabulary.

Music term is a word or word-combination used to name a notion characteristic of music field including instruments, performance, notation etc. Examples may be: note, keyboard, quartette, tuning fork, baton, pianist, rhapsody, rock, soloist, solfeggio, soprano, suite, chord, flat, octave, C (do), measure / US meter et al. They are semantically narrow terms. Music terminology as a system reflects the notions belonging to the sphere of music.

Professionalisms are the words used in the sphere of music profession as calling by people of common interests both at work and at home but are not terms. They name anew already-existing concepts, instruments, trends in music. According to I. R. Galperin, the main feature of a professionalism is its technicality and its link to a common occupation and interests [1, p. 113]. Professionalisms are dimmed by the image on which they are based, at the same time they are very helpful for they make quicker and easier the performance of the musicians. E.g. *axe / ax*: a musical instrument, esp. a jazz musician's guitar, trumpet or saxophone; *ivories*: piano keys; *super*: Music Supervision; *bag*: short of “bag of tricks” or also used as a catch all for what a player is into; *head*: the melody of a tune, often played through as bookends to the solos; *comp*: short for “accompany” – to support a soloist; *diamond*: a whole note; “Two Down / Two up”: “Up” meaning sharps, “Down” meaning flats, sometimes just shown with a hand-sign; *call*: to suggest a song for playing.

According to L. P. Yefimov and E. A. Yasinetskaya [15] jargonisms are non-standard words used by people of a certain social group to keep their intercourse secret. The authors cite the explanation of Eric Partridge, an authority on the subject, for the creation and use of jargon: the desire to be different, startling, or original, to display belonging to a group, a fraternity which is closed for outsiders, to enrich the vocabulary of the language, make friends easily, being irreverent or humorous [15, p. 27-28]. Music jargon

can be illustrated by the following examples: *spellken* = a play house or theatre, *lark* = fun or sport of any kind (used by J. J. Byron [1, p. 110]), jargonisms found in modern sources: *nutty* = pleasing; *fan* = admirer (deja-gonised); *ear candy*: pleasant-sounding music, *earworm*: a song that repeats annoyingly in one's head; *in-the-pocket*: the music is good; *trap set/skins*: drums, a *monster*: a great jazz musician; *noodlin*: not paying attention and playing aimlessly. Guitar players are notorious *noodlers*; *wood-shed*: to practice or place to practice.

The authors of *Modern Slang Dictionary* John Ayto and John Simpson define *slang* as a highly colloquial or informal vocabulary below the level of standard educated speech, and consisting either of new words or current words employed in some new special sense. The vocabulary of slang changes rapidly [8]. Examples of it in the sphere of music may be: *blastissimo*; *rock'n'roll slang* for extremely high volume, *seat surfing*; moving from one unoccupied seat to another at a concert; *a bullet*: a song or album that's rising rapidly in “the charts”, *honk*: to improvise; *lizard*: a bad note.

In the dictionary entitled “The Longman Register of New Words” [8] John Ayto built up a rounded picture of the ways in which English had grown, emphasizing that “by definition, the introduction of new words – and of new meanings for old ones – reflects developments and innovations in the world at large and in society” [8]. It can occur within the limits of certain social groups and professional sphere of activity. The author indicates the verbal turnover in the realm of music alongside other spheres. All in all the dictionary contains more than 1200 lexical units. Over 130 sources were used in compiling the collection. *Melody* and *New Music Express* being among them. The Longman Citation Bank provided the basis for the book. Out of all the words music lexical units constitute 50 units – 4,16 %. According to the types of word formation one can cite (Table 1).

J. Ayto correctly indicated that the frontiers of language advance more precipitously in vocabulary than in any other area, at the same time words of pop scene are putting in appearances of unpredictable duration [8]. The researcher considers blending to be the most productive (rockumentaries: rock + documentary). In the sphere of music, as can be seen from the table above, predominant are words (38) over word combinations (12), where two elements words (11) greatly prevail over three elements formations (1). The leading ways of creating new words in music are single words, compounding, derivation, old words with new meaning. Blending, clipping, conversion and acronymy as both main (conversion) and secondary ways of word formation are very modestly manifested. One cannot find in this selection any reduplication or sound imitation. As to the parts of speech these lexical units are mostly nouns (46) with 3 verbs and 1 adjective respectfully. The majority of words is formal (36) and a group less in number belongs to informal vocabulary (10) and slang (4). Examples of slang are: ***muso noun, derogatory slang*** a pop musician who is pedantically concerned with technical minutiae; ***cut noun, slang*** a single song of other item on an LP (long playing record); a track; ***dismiss verb slang*** to reject or dismiss contemptuously; put down. It is apparently an abbreviation of ***disrespect***, originally in Black American Rap culture. This lexical unit having appeared in the sphere of music became widely used. Though, J. Ayto considers *-bo* to be an arbitrary suffix in the word ***grebo noun, British slang*** (a member of) a youth cult, Harlytska T. S. argues that suffix *-o* that has no special meaning renders the word a special slangish colouring [2].

Table 1

Types of word formation		Number	Example
Single word		8	<u>hook</u> noun, informal a repeated, typically catchy melodic phrase in a popular music composition
compounding		8	<u>speed-metal</u> noun a style of powerfully amplified rock music with a very fast heavy beat
derivation		6	<u>mixer</u> noun a disc jockey skilled in presenting music from a pair of turntables
Acronym(abbreviation)		2	<u>MOR</u> adjective, informal (in pop music) middle of the road; stylistically unadventurous
clipping	the beginning	1	<u>house</u> noun , a style of pop music featuring electronically simulated or modified effects and intended chiefly for dancing to. From Warehouse, a club in Chicago
	the end of the word	2	<u>goth</u> noun (a pop musician favoring) a serious, rather austere style of rock music – from gothic noun an adherent of the goth music cult
conversion		2	<u>jazzercise</u> noun exercising to a musical accompaniment of jazz
blending		4	<u>agitpop</u> noun the use of pop music to put across a political message (agitation+popular)
old word new meaning		5	<u>pogo</u> verb to jump up and down on the spot to music from pogo stick whose movements it imitates
Word combination	2 elements	11	<u>thrash metal</u> – a style of rock music
	3 elements	1	<u>compact video disc</u> noun (abbreviation CDV) a compact laser disc which plays both pictures and sound
All in all		50	

The gre-element presumably derives from greaser, a long-haired member of a motorcycle gang.

Some words are used in transferred meaning, metaphor bring the basis of coinage: chicken-dancing **noun** a type of dancing to pop music. When a new notion (device, equipment, object) appears in people's activity it usually acquires a new name.

But with time new innovative technologies make it secondary, even a bit outdated. E.g. CDV, CD, CDS – these discs are changed in their usage and substituted by other kinds of discs suitable for computers of new generation and notebooks. Some words originated in other spheres and came to be used in the music scene. E.g. **crossfader** **noun** a device used by discjockeys to transfer smoothly from one record to another. This originated in the language of backstage technology, where it refers to fading out of one set of lights and the simultaneous bringing up of another. There is also a reverse direction, when a word being first used in the music would become a common word for the people who even do not suspect of its music origin. Thus, the concept of the masterclass started in the world of music and is now used in a whole range of disciplines. From the point of view of their origin, there can be found alongside purely English words, some units from other languages. There is a word with distinct Latin origin: dectet **noun** a group of ten singers or instrumentalists and one word borrowed from Hindi: **Bhangra** **noun** a variety of pop music originated in the Indian community in Britain, based on Punjabi folk music but with various elements of Western rock incorporated into it.

Among the selected words there are units formed by means of suffixes common in Italian: jazzzerati **noun plural** celebrated or distinguished jazz musicians, and French: **bimbette** **noun** **American informal** an adolescent female pop singer. A coinage is based on the voguish word bimbo which had been around for a long time especially in American English. It is Italian in origin, meaning a "little child". One can also find American words and meanings: beach music **noun** a style of American pop music based on black soul music and rhythm and blues and originating on the coast of South Carolina. It had its associated dance, the SHAG and is known internationally.

One of the key issues in analyzing music words in their functioning in the context. In the music journals and newspapers music critics give definitions, systematically presenting new groups, bands, trends to the public. Thus, the main function

becomes that of informing the readers of the upcoming music events. But they also show their own attitude to which is not necessarily favourable which can be seen from the following example of irony: Anthrax are a trash metal band named after a sheep disease; with all respect to the sheep, the disease is almost certainly preferable to the band. Daily Telegraph 4 May 1987. The effect is obviously humorous. Some words like agitpop give positive implication. The unit comes from agitpop (agitation + propaganda), the use of literature, music, art, etc for propaganda purposes. But negative implication prevails in the context: acid house, aristopop, muso, sampling pomp rock, diss. Music word becomes more expressive when used in one-member exclamatory sentence: "Grebo! The dirty denims!" New Musical Express 23 July 1987. The word Bhangra is used to create metaphor: "and suddenly Bhangra fever too over". News on Sunday 11 Monday 1987. Another example provides the adjective deaf before the noun in plural musos which enhances negative evaluation of some pop musicians' performance. The noun goth is used to form lexical antithesis with the help of contextual antonyms. Goth has a tendency to darkness which is reflected in its strict all-black dress code: "We've gone from complete goth to total bright pop". **Melody Marker** 10 January 1987. Morphologic repetition is used to show "an uninhibited physical mania": trashing, dive-bombing, writhing ('moshing'), dirty-tackling.

Conclusions and perspectives of further research in the given direction. The issue of differentiation of terms, professionalisms, jargon and slang as layers of professionally limited vocabulary in linguistics is of great importance. Substitution or combining the notions at random should be avoided. With this aim the working definitions for these linguistic phenomena were suggested in the present article. To illustrate the definitions words and word combinations from different sources were used. Modern music professionally limited vocabulary proves to be very rich and diverse reflecting the new notions that came into being in the recent time. The constant and assiduous attention to the described linguistic phenomena gives the possibility to track and define new trends and creations in the world of music. In future it would be preferable to concentrate more on the functioning of music professionally limited vocabulary not only in the realm of informative style, but belles-lettres style as well. The sphere of colloquial style can also provide the researchers with new and unexpected findings.

References:

1. Гальперин, И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. Учебник. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва : Высшая школа, 1977. 332 с.
2. Гарлицька Т.С. Словотвірний потенціал жаргонної лексики (на матеріалі української, російської та англійської мов). *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2015, № 2, т. 18. С. 23–29.
3. Глушак Н. Лінгвопрагматика сучасного англомовного сленгу : витоки, класифікаційні та семантичні ознаки. *Вісник Львівського університету. Серія іноземної мови*. 2013. Вип. 21. С. 22–36.
4. Павлова О.І. Музична термінологія англійської, французької, російської та української мов у сфері фіксації. *Культура народів Причорномор'я: науковий журнал*. 2009. № 168, т. 2. С. 150–153.
5. Степанова О. Структурно-семантичний аналіз музичної термінології виконавського мистецтва. *Філологічні науки. Мовознавство. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки*. 2013. № 1. С. 122–126.
6. Шелов С.Д. Терминология, профессиональная лексика и профессионализмы (К проблеме классификации специальной лексики). *Вопросы языкознания*. 1984. № 5. С. 76–87.
7. Arnold I. V. *The English Word*, 1973. 303 p.
8. Ayto J. *The Longman Register of New Words. Special Edition*. London : Longman Group. UK Ltd, 1989. 434 p.
9. Dillard, J. *Lexicon of Black English*. N.Y., 1977. 199 p.
10. Hibbert Tom. *The Dictionary of Rock Terms*. L., N.Y., Sydney : Omnibus Press, 1983. 176 p.
11. *Juba to jive: the dictionary of African American slang*. Major, Clarence. N.Y.: Penguin Books, 1994. 592 p.
12. McRae, R. 'What is hip?' and other inquiries in jazz slang lexicography / R. McRae. Music Library Association, Inc. 2001. Vol. 57. Issue 3. P. 574.
13. *New Grove dictionary of jazz*. 2nd ed. New York : Grove, 2002.
14. "NTC's Dictionary of American Slang And Colloquial Expressions (2000). Spears, Richard A.; NTC Publishing Group. Lincolnwood (Chicago), Ill. : NTC Pub. Group – 2000.
15. Yefimov L. P., Yasinetskaya E. A. *Practical Stylistics of English*. Vinnytsia : Nova Knyha, 2004. 240 p.
16. *All about Jazz*. 2021. URL : <http://www.allaboutjazz.com>.
17. *Dictionary of jazz slang, Dictionary of hip hop slang*. URL : <https://www.the-jazz-cat.com/jazz-slang-dictionary.html>.
18. *Glossary of Jazz Terms. An arbitrary list of common jazz terms from the perspective of the jazz piano student*. URL : <http://www.sonic.net/~jazz4/glossary.html>.
19. *The American Heritage Dictionary 2000; The Columbia Electronic Encyclopedia 2003*. URL : <https://www.ahdictionary.com/>.

Мурадханян І. С., Гладкоскок Л. Г., Семен Г. Я.
Сучасна спеціальна лексика музики у системі англійської мови

Анотація. Відсутністю точних критеріїв для виділення різноманітних пластів професійної спеціальної лексики у системі мови пояснюється велика кількість відмінностей у трактуванні термінів, професіоналізмів, жаргонізмів та сленгу в науковій літературі. Запропоновані робочі визначення даних груп спеціальної лексики є спробою подолати такі труднощі. Необхідно приділяти більшу увагу критеріям стилістичної диференціації професійної спеціальної лексики у сфері музики. Дане дослідження базується на концепції І. Р. Гальперіна та його розумінні спеціальних лексичних груп. Після визначення спеціальної лексики у сфері музики було здійснено аналіз 50 одиниць з результатом 4,16% із 1200 одиниць у словнику нових слів Дж. Ейто, 1987. За типом словотвору окремі слова, складені слова, деривація переважають. Окремі слова за чисельністю більші, ніж словосполучення. Щодо частин мови, то переважна більшість припадає на іменники, знижена лексика менша, ніж міжстильова. Серед лексичних одиниць знаходимо запозичення з інших мов: латинської та хінді, наявні також французькі та італійські суфікси. Лексичні одиниці із інших сфер переходять до сфери музики та навпаки. Регіональні варіанти представлені американізмами. Деякі слова стають застарілими через новітні технології та швидкий технологічний прогрес. Контекстуальний аналіз показав, що лише деякі слова мають позитивне забарвлення, а більшість із них вживаються із негативною імплікацією. У інформативному стилі проаналізовані лексичні одиниці використовуються з метою сповістити читачам та слухачам про новини у світі музики. Деякі стилістичні засоби, зафіксовані у контексті, створені за допомогою лексичних одиниць сфери музики: морфологічний повтор, антитеза, метафора, з синтаксичної точки зору зустрічається вигукове одночленне речення. Перспективою дослідження є вивчення спеціальної лексики музичної сфери у художньому та розмовному функціональних стилях.

Ключові слова: музика, термін, професіоналізм, жаргонізм, сленг, типи словотвору, контекст.

Надольська Ю. А.,

кандидат педагогічних наук,

старший викладач кафедри німецької філології

Мелітопольського державного педагогічного університету

імені Богдана Хмельницького

Вишнева-Ільїна К. С.,

студентка IV курсу філологічного факультету

Мелітопольського державного педагогічного університету

імені Богдана Хмельницького

ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

Анотація. В епоху інформатизації та ризиків, які містить у собі інформаційний простір, надважливого значення набуває розвиток критичного мислення та формування навичок інформаційної та медійної грамотності. Стаття присвячена проблемі інтеграції медіа-освіти у шкільну освіту. Мета статті полягає у дослідженні шляхів формування в учнів медіа-компетентності, власної медіа-свідомості та здобуття навичок критичного аналізу під час навчання іноземної мови.

У дослідженні було охарактеризовано поняття «медійної» та «інформаційної» грамотності та окреслено їх особливості. Особлива увага приділяється завданням медіа-освіти в Україні. Досліджено, що практичне значення навчання інфо-медійної грамотності та впровадження медіа-освіти в сучасну шкільну освіту зумовлено потребою розвитку в учнів умінь і навичок орієнтуватися в інформаційних потоках, розвитку критичного мислення, формування медіа-імунітету особистості.

Спираючись на різні моделі медійної та цифрової компетентностей, було запропоновано систему вправ, які репрезентують шляхи і форми навчання інфо-медійної грамотності під час вивчення іноземної мови, зокрема німецької. Вправи насичені завданнями щодо знань про систему засобів масової інформації, умінням організувати та зберігати інформацію, розвитку медіаторчості, рефлексії щодо споживання медіа-продуктів, розуміння власних медіа-потреб, умінь аналізувати, порівнювати та критично оцінювати рекламний контент, участі у формуванні засобів масової інформації, розвитку творчих здібностей шляхом створення власного медіапродукту, актуалізації навичок роботи з цифровими технологіями для обробки інформації, виховання патріотизму, любові до рідного краю.

Проведене дослідження дало змогу розширити уявлення про форми здобуття медійної компетенції на уроці іноземної мови. Перспективно подальших досліджень вважаємо систематизацію медіа-освітніх вправ у контексті навчання іноземної мови відповідно до мовного рівня та вікових особливостей учнів молодшої, середньої та старшої ланки.

Ключові слова: інформація, медійна грамотність, медіа-освіта, засоби масової інформації, критичне мислення.

XXI століття можна охарактеризувати як добу інформації. Сучасна людина щодня змушена витримувати величезний

інформаційний тиск із боку різних каналів медіа та комунікації. Наразі за допомогою сучасних технологій майже кожен володіє перевагою миттєвого доступу до певної інформації, але складність насамперед полягає у визначенні, яка саме інформація потрібна, якісна та правдива. Серед ризиків, які містить у собі інформаційний простір, виділяють дезінформацію, маніпулятивний контент та пропаганду. Особливого значення набуває інформація щодо дітей та підлітків, які, з огляду на їх вікові особливості та брак життєвого досвіду, більш здатні піддаватися негативному впливу медіа.

Постановка проблеми. В епоху інформаційного суспільства сучасні ЗМІ мають значний вплив на громадську думку, формують суспільну та індивідуальну свідомість, здатні змінювати світогляд. Виникає потреба у розвитку умінь і навичок орієнтуватися в інформаційних потоках, відбирати та оцінювати все, що надходить ззовні, розвитку критичного мислення. Необхідність впровадження елементів медіа-освіти у навчально-виховний процес стала очевидною. В умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій суспільство потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними, саме медіа-освіта зокрема завдяки її інтеграції з традиційними дисциплінами і забезпечує оволодіння інформаційно-освітніми інструментами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема впровадження медіа-освіти та викладання медіа-грамотності як окремого предмета займалися О. Волошенко, В. Іванов, М. Маклюен, О. Мокрогуз, Н. Найдьонова, Г. Онкович, О. Федоров. Натомість, аналіз наукових джерел засвідчив, що недостатньо уваги надається комплексному впровадженню елементів медіа-освіти у процес навчання іноземних мов, чим і зумовлена **актуальність** нашої наукової розвідки.

Мета нашої наукової розвідки полягає в дослідженні шляхів формування в учнів медіа-компетентності, власної медіа-свідомості та здобуття навичок критичного аналізу під час навчання іноземної мови.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання**:

- 1) розкрити поняття «медійної грамотності» та «інформаційної грамотності» та окреслити їх особливості;
- 2) визначити завдання медіа-освіти у контексті шкільної освіти;

3) дослідити практичне значення впровадження медіа-освіти у навчальний процес;

4) розглянути різні форми інтеграції навчання інфо-медійної грамотності під час вивчення іноземної мови;

Виклад основного матеріалу. В умовах багатогранності різноманітної інформації учні потребують певного орієнтиру у власному поведінні з медіа. Слід зауважити, що через пандемію, коли діти вимушені навчатися та спілкуватися дистанційно, вони все більше занурюються в інформаційне середовище інтернету, телебачення, комп'ютерних ігор тощо. Учні повинні навчитися грамотно сприймати, аналізувати та розуміти інформацію, мати уявлення про механізми та наслідки впливу її на слухачів, читачів та глядачів. Викривлена інформація, що транслюється з метою пропагандистського навіювання, володіє великою силою впливу, особливо на молодь, і безумовно потребує критичного осмислення. Саме тому вважається необхідним, щоб учні розвивали навички та вміння визначати різницю між загальновідомими фактами та судженнями, які вимагають перевірки, надійність джерела інформації, відмінність між головною та другорядною інформацією, усвідомлювали поняття упередженості судження, розрізняли двозначні аргументи. На думку О.В. Федорова, «незалежно від політичного ладу даної держави, людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її виявах, не може повноцінно зрозуміти та аналізувати, не має сили протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція відбувається), не здатна до самостійного вираження своїх думок і почуттів» [4, с. 14]. Поділяємо думку Лінди Еллербі, що «медійна грамотність не просто важлива, вона абсолютно критична. Вона відіграватиме важливу роль у тому, чи стануть діти інструментом засобів масової інформації, чи засоби масової інформації слугуватимуть інструментом, яким користуються діти» [7, с. 1].

Із 1970-х років і з появою практикоорієнтованої освіти в галузі засобів інформації термін «медійна грамотність» як одна із центральних цілей освіти в області засобів інформації став незамінним. Термін «media literacy» з англо-американського мовного простору також набуває все більшої популярності. Визначення, найбільш часто цитоване у США, – це коротке речення, висунуте учасниками Інституту лідерства в області медіаграмотності в Аспені в 1992 році: «Здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати і створювати засоби масової інформації в різних формах» [9].

Учені по-різному визначають термін «медійна грамотність». З'явилися різні моделі медіаграмотності, які намагаються більш точно визначити медіаграмотність і водночас подають систему навичок і компетенцій, яким необхідно оволодіти.

Найвідоміше визначення у німецькомовному просторі належить Дітером Баакке. Він називає навчання медійної компетентності «найважливішим завданням в рамках медійної освіти» і бачить в цьому завдання навчання всіх людей. «Бути медіаграмотним означає вміти активно використовувати засоби масової інформації і повідомляти свої власні погляди і думки і, таким чином, брати участь в соціальному дискурсі. Це виходить далеко за рамки простого функціонування засобів масової інформації. Супутні навички повинні засвоюватися так само як, наприклад, класичні культурні прийоми» [6].

Д. Баакке розділяє медійну компетентність на чотири аспекти:

1. Критика ЗМІ. Бути компетентним в галузі засобів масової інформації означає вміти критично ставитися до їх змісту.

Це повинно відбуватися аналітично (адекватне розуміння соціальних процесів), рефлексивно (співвіднесення аналізованого з власне собою і своїми діями) і етично (уточнення аналізу і рефлексія на соціальну відповідальність).

2. Медіа-навчання. Крім критичного аналізу контенту, важливо також бути проінформованим про засоби масової інформації та медіасистему. Баакке розрізняє інформаційне (знання про процеси і структури, наприклад, як працюють журналісти) та інструментально-кваліфікаційне (знання про роботу або технічну обробку) навчання медіасистеми.

3. Використання ЗМІ. Для того, щоб мати можливість використовувати засоби масової інформації, їх діяльність необхідно вивчати двома способами: рецептивне застосування (використання компетенції), але також і в інтерактивному режимі.

4. Розробка медіапродукту. Крім того, важливим моментом є власне активна участь у формуванні засобів масової інформації. Це також повинно відбуватися двома шляхами: інноваційно, в сенсі зміни і розвитку системи засобів масової інформації, але також творчо, виходячи за межі рутини спілкування.

Перші два аспекти стосуються галузі знань, останні два аспекти зосереджені на активному використанні.

Отже, фактично всі науковці поділяють думку, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізувати та оцінювати медіа. За О.В. Федоровим, медіаграмотний учень чи студент має бути здатний критично й усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію щодо популярної культури та чинити спротив маніпуляціям [5, с. 336].

Натомість дуже важливо розрізнити поняття «медійна грамотність» та «інформаційна грамотність». Х. Лау у своїй роботі «Керівництво з інформаційної грамотності для освіти протягом всього життя» підсумовує, що інформаційну грамотність прийнято визначати як «наявність знань і умінь, необхідних для правильної ідентифікації інформації, необхідної для виконання певного завдання або розв'язання проблеми; ефективного пошуку інформації; її організації та реорганізації; інтерпретації та аналізу знайденої і витягнутої інформації (наприклад, після завантаження з Інтернету); оцінки точності й надійності інформації, включаючи дотримання етичних норм і правил користування отриманою інформацією; при необхідності передачі та представлення результатів аналізу та інтерпретації іншим особам; подальшого застосування інформації для здійснення певних дій і досягнення певних результатів» [8, с. 28].

Розроблена фахівцями ЮНЕСКО стратегія «Медіаінформаційна грамотність» – МІГ (mediaandinformationalliteracy – MIL) – полягає в поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогодні для життя і роботи. Окреслимо цілі та завдання МІГ:

– медійна грамотність зосереджена на розумінні ролі та функцій медіа в демократичному суспільстві; умов, за яких медіа зможуть виконувати свої функції; взаємодії з медіа для самовираження та участі в демократичних процесах; критичному оцінюванню контенту медіа у світлі притаманних їм функцій; актуалізації навичок, в т. ч. роботи з ІКТ, необхідні для створення контенту користувача;

– інформаційна грамотність полягає у здатності знайти та отримати доступ до інформації; визначити і сформулювати інформаційні потреби; оцінити та систематизувати інформа-

цію; застосувати навички роботи з ІКТ для обробки інформації; використати та передати інформацію із дотриманням етичних норм.

Як бачимо, «МІГ спрямована на розширення прав і свободи самовираження людей, забезпечення рівноправного доступу до інформації та знань і сприяння формуванню вільної, незалежної і плюралістичної медіа- та інформаційної системи» [6, с. 3].

Концепт МІГ уведено до переліку основних термінів у новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (від 21 квітня 2016 р) та враховано у завданнях української медіаосвіти:

- формування МІГ як система знань, умінь і навичок, що дозволяють споживачам ефективно і безпечно користуватися ЗМІ, робити усвідомлений вибір, розуміти природу контенту і послуг, приймати рішення і використовувати весь спектр можливостей, що надаються новими комунікаційними технологіями та інформаційними системами, а також здатність захистити себе і свою сім'ю від шкідливих або небезпечних інформаційних матеріалів;

- формування медіаімунітету особистості, що робить її здатною протистояти агресивному медійному середовищу і деструктивним інформаційним впливам, забезпечує психологічне благополуччя споживаючи медійну продукцію, що передбачає медіасвідомість, здатність вибирати потрібну інформацію, уникати інформаційного «сміття», захищати себе від потенційно шкідливої інформації;

- сприяння рефлексії і розвитку критичного мислення як психологічних механізмів, які обумовлюють свідоме споживання медіа-продуктів і саморегуляцію взаємодії з засобами масової інформації на основі ефективної орієнтації в медіапросторі та розуміння власних медіапотреб, адекватної та різномірної оцінки змісту, джерела, форми і якості надання інформації, її повної і критичної інтерпретації з урахуванням особливостей сприйняття мови різних медіа, розвитку здатності протистояти зовнішній інформаційній агресії і пропаганді;

- здатність до медіаторчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих цілей, розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості, солідарності, особливо для подолання соціальних наслідків війни на Донбасі та окупації Криму, підвищення якості міжособистісного спілкування і дружності соціального середовища, доброзичливості в мережі стосунків, а також якості життя в значущих для особистості спільнотах;

- формування спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприйняття кіно, телебачення), аудіальної і музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, сучасних тенденцій в медіа-мистецтві тощо [2, с. 4-5].

Слід зауважити, що медіаосвіта в Україні повинна спиратися на загальноєвропейські стандарти. Так, у межах проекту dComFra була розроблена Рамка цифрових компетентностей для громадян України або DigComp UA for Citizens, адаптована до українських реалій. Вона базується на європейській моделі цифрових компетентностей для громадян ЄС DigComp2.1 та інших європейських документах у сфері цифрових компетентностей. Адапована рамка DigComp UA for Citizens включає 4 виміри, 24 компетентності та 6 рівнів оволодіння кожною компетентністю. У нашій науковій розвідці ми більш детально зосередимося на сфері інформаційної та медіаграмотності:



1. Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту. Формулювати інформаційні потреби, шукати дані, інформацію та контент у цифрових середовищах, здійснювати доступ до даних, інформації та контенту і переміщуватися між ними. Створювати і оновлювати особисті стратегії пошуку.

2. Оцінка та інтерпретація даних, інформації та цифрового контенту. Аналізувати, порівнювати та критично оцінювати достовірність і надійність джерел даних, інформації та цифрового контенту. Аналізувати, тлумачити, перевіряти достовірність та критично оцінювати дані, інформацію та цифровий контент.

3. Управління даними, інформацією та цифровим контентом. Організовувати, зберігати та вибирати дані, інформацію та контент у цифрових середовищах. Організовувати та обробляти їх у структурованому середовищі.

4. Задоволення власних потреб за допомогою цифрових технологій. Використовувати цифрові засоби та технології для споживання товарів та послуг, організації відпочинку, здорового способу життя тощо [3].

Спираючись на наведені вище цільові компетенції, можна говорити про якісне впровадження медіаосвіти у педагогічний процес та інтеграцію її компонентів з іншими дисциплінами під час розробки комплексу медіаосвітніх вправ. Вважаємо, що сьогодні найбільш ефективною і перспективною є інтеграція медіаосвіти з курсом іноземної мови, оскільки в основі цих явищ лежить процес обміну інформацією. На думку Л. Іванової, «оскільки іноземна мова вивчається як засіб спілкування, а тематика і ситуації для мовлення привносяться ззовні, вона, як ніяка інша навчальна дисципліна, відкрита для використання змісту різних галузей знань, зокрема медіаосвіти» [1, с. 90].

Наведемо різні форми інтеграції медіаосвіти у навчання іноземної мови на прикладі медіосвітніх вправ на уроці німецької мови.

Вправа „Wortwolke: Medien“. Цільова компетенція: знання про систему засобів масової інформації, уміння організовувати та зберігати інформацію, розвиток медіаторчості. Режим виконання – індивідуально.

Учні створюють хмарку тегів за темою «Медіа», занотуючи окремі асоціації. Готові хмарки роздруковуються або зберігаються у цифровому форматі. Готовий продукт коментується класом та оцінюється «сердечками». Це дає можливість звернутися до теми рейтингу, «лайків» та алгоритмів у соціальних мережах. Створення хмарки слів може бути реалізовано учнями за допомогою інструменту: https://www.abcya.com/games/word_clouds

Скрізь, де потрібно візуалізувати асоціації, ідеї, семантичні поля, хмарка тегів стане у нагоді та слугуватиме альтернативою класичній MindMap.

Вправа “Partnerinterview: Medienkonsum”. Цільова компетенція: рефлексія щодо споживання медіа-продуктів, розуміння власних медіа-потреб. Режим виконання – у парі.

Учні беруть інтерв'ю у своїх партнерів, та нотують відповіді. Після цього презентують відповіді партнерів у класі.

1. Welche Medien nutzt du am häufigsten?

2. Wie lange nutzt du pro Tag durchschnittlich folgende Medien?

	Mehr als 2 Stunden	2 Stunden	1 Stunde	30 Minuten	10 Minuten	nie
Fernsehen	o	o	o	o	o	o
Radio	o	o	o	o	o	o
Internet	o	o	o	o	o	o
Zeitung	o	o	o	o	o	o
Zeitschrift	o	o	o	o	o	o

3. Was siehst du dir am liebsten im Fernsehen an?

4. Wofür nutzt du das Internet am häufigsten? Z.B. Email, Nachrichten, Facebook.

5. Welche Internetseiten besuchst du am häufigsten?

6. Hast du Internet auf deinem Handy

o ja o nein

7. Wenn ja, wofür nutzt du das Internet auf deinem Handy am häufigsten?

8. Was ist deine Lieblingszeitschrift?

9. Liest du andere Zeitschriften?

o ja o nein

10. Wenn ja, welche?

11. Kennst du eine ukrainische Tageszeitung?

o ja o nein

12. Wenn ja, welche?

Вправа “Werbung”. Цільова компетенція: уміння аналізувати, порівнювати та критично оцінювати рекламний контент. Режим виконання – індивідуально.

Учні аналізують один із запропонованих рекламних постерів у формі есе (100-150 сл.), альтернативно вони можуть обрати для аналізу інший рекламний контент.



Für welches Produkt wirbt die Anzeige?

Was sieht man in der Anzeige?

Das Produkt sieht attraktiv/ modern/ gesund/ langweilig aus.

Warum?

Die Werbung enthält viele/ wenig Worte. Warum?

Für wen ist die Werbung? Kinder/Jugendliche/Erwachsene

Wie findest du die Werbung? witzig/originell/manipulierend/unverständlich

Für welches Produkt würdest du gern eine Werbung machen?

Findest du Werbung im Fernsehen gut oder stört sie dich?

Вправа „Filmprojekt”. Цільова компетенція: участь у формуванні засобів масової інформації, розвиток творчих здібностей шляхом створення власного медіапродукту, актуалізація навичок роботи з цифровими технологіями для обробки інформації, виховання патріотизму, любові до рідного краю. Режим виконання – у групі.

Учні створюють рекламний туристичний відеоролик про їхню місцевість, область, місто за допомогою встановленої камери мобільного пристрою, обробляють та монтують медіа-продукт за допомогою додатків Movavi Video Suite, iMovie, Windows Movie Maker.

Для того, щоб ознайомити учнів зі структурою та ідеєю рекламного ролику та підготувати їх до практичної творчої діяльності пропонується перегляд рекламних або туристичних роликів про цікаві місця країни, мова якої вивчається, на відео-порталі YouTube, наприклад:

<https://www.youtube.com/watch?v=ypJNiFu5AQ4>

<https://www.youtube.com/watch?v=eaZX-hkSlzo>

Разом з учителем можна знайти особливості такого медіа-продукту та критерії вдалого рекламного ролику. Якщо бракує певної інформації, учні можуть звернутися до пошукових систем Інтернету, водночас аналізуючи роботу алгоритмів таких систем, підбираючи вдалі ключові слова. Зрештою, учні формують текст іноземною мовою, за потреби звертаються до словника, а ведучий практикує вимову. Під час такої проєктної роботи учні дізнаються про вплив реклами та розвивають критичне мислення. Після цього вони зможуть активно використовувати свої знання, уяву та креативність під час створення власного рекламного ролику.

Schritt 1. Ideen sammeln.

Sammeln Sie zunächst Ideen und erstellen Sie eine Mindmap der Sehenswürdigkeiten, die Sie filmen können.

Sprechen Sie über die Ideen. Wählen Sie eine Sehenswürdigkeit aus. Sie können eine alte oder eine neue Sehenswürdigkeit oder ein Gebäude wählen.

Schritt 2. Die Aufgabenverteilung.

Wer kann 2-3 Sätze über die Sehenswürdigkeit schreiben / die Sehenswürdigkeiten präsentieren (Moderator) / den Moderator und die Sehenswürdigkeit filmen / der Regisseur sein?

Geben Sie jeder Person die Möglichkeit zu sagen, welchen Job sie machen möchte oder nicht. Versuchen Sie, sich in Ihrer Gruppe auf die Ideen zu einigen.

Schritt 3. Vorbereitung.

Recherchieren Sie die Informationen zu Ihrem Gebiet. Fehlenden Wortschatz können Sie im (Online-) Wörterbuch nachschlagen.

Schreiben Sie das Skript und machen Sie sich bereit.

a) Schreiben Sie zwei oder drei Sätze über Ihre Sicht.

b) Überprüfen Sie die Sätze und korrigieren Sie sie, wenn Sie müssen.

c) Der Vortragende muss die Sätze mit klarer Stimme vorlesen.

Schritt 4. Filmaufnahme.

Verwenden Sie ein Telefon oder eine Kamera. Gehen Sie zu der Sehenswürdigkeit und filmen Sie den Moderator dort. Machen Sie zwei oder drei Versionen des Films.

Schritt 5. Präsentation.

Präsentieren Sie Ihren Film. Schauen Sie alle Filme gemeinsam an. Bilden Sie dann neue Gruppen. Die neue Gruppe hat einen Teilnehmer aus jeder Filmgruppe.

Bitten Sie um Feedback. Was würden Sie bei Ihrem nächsten Film anders machen?

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що діти та молодь зростають сьогодні у цифровому суспільстві, яке ще 10-20 років тому було незбагненим. Вони сприймають нові медіа як звичайну річ, що стала частиною їх повсякдення

та дозволяла. Натомість це не означає, що вони автоматично стають компетентними у галузі цифрових технологій, можуть свідомо так критично ставитися до інформації. Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіа безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності, тому медіаосвіта дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення. У своїй подальшій роботі ми продовжимо наше дослідження і звернемо увагу на шляхи формування знань, умінь і навичок інфо-медійної грамотності на різних етапах вивчення іноземної мови, враховуючи вікові особливості та мовний рівень учнів різних класів.

Література:

1. Иванова Л.А. Обучение иностранному языку и медиаобразование как единый процесс. *Непрерывное образование в Западной Сибири: современное состояние и перспективы: материалы IV региональной научно-практической конференции*. Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2010. С. 90–92.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). НАПН України. URL : <http://naps.gov.ua/ua/activities/nsko/>.
3. Рамка цифрових компетентностей для громадян України (DigComp UA for Citizens). URL : <http://fit.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/07/DigComp-Framework-UA-for-Citizens.pdf>.
4. Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов-на-Дону : Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
5. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Москва : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
6. Waacke, Dieter: Medienpädagogik (Nachdr.). Max Niemeyer Verlag, 2007. S. 97–98.
7. Konovalenko T. Nadolska Y. Development of future foreign language teachers' information and media skills. *VI International spring symposium proceedings Media and digital literacy in language education*, September 18th-19th, 2020. P. 97–102.
8. Lau J. Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning. URL : <https://www.ifla.org/publications/guidelines-on-information-literacy-for-lifelong-learning>.

9. Literacy in a Media Age: An Overview and Orientation Guide to Media Literacy Education. URL : <https://www.medialit.org>.

Nadolska Yu., Vyshneva-Ilyina K. Info-media literacy in context of school education

Summary. In the age of informatization and risks that the information space contains, the development of critical thinking and the formation of information and media literacy skills is of paramount importance. The article is devoted to the problem of integration of media education into school education. The purpose of the article is to study the ways of forming students' media competence, their own media consciousness and acquiring skills of critical analysis while learning a foreign language.

The study characterized the concepts of *media and information* literacy and outlined their features. Particular attention is paid to the tasks of media education in Ukraine. It is investigated that the practical significance of teaching info-media literacy and introduction of media education in modern school education is due to the need to develop students' skills in information flows, development of critical thinking, formation of media immunity.

Based on different models of media and digital competencies, a system of exercises was proposed that present ways and forms of teaching info-media literacy while learning a foreign language, in particular German. Exercises are devoted to knowledge of the media system, the ability to organize and store information, the development of media creativity, reflection on the consumption of media products, understanding of their own media needs, the ability to analyze, compare and critically evaluate advertising content, participation in media formation, creative development abilities by creating your own media product, updating skills of working with digital technologies for information processing, education of patriotism, love for the native land.

The study expanded the understanding of the forms of acquiring media competence in a foreign language lesson. We consider the systematization of media educational exercises in the context of foreign language teaching in accordance with the language level and age characteristics of junior, middle and senior students to be a prospect for further research.

Key words: information, media literacy, media education, mass media, critical thinking.

*Назаренко О. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри філології**Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ СИМВОЛІКИ КОЛЬОРІВ В УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ

Анотація. Статтю присвячено розгляду національно-культурного контексту символіки кольорів в українських фразеологізмах. Вивчення фразеологічних аспектів мови дає нам уявлення про національну специфіку, тому що фразеологічні одиниці визначаються специфічним проявом світогляду соціуму. Проблема символіки кольорів є важливою ланкою у лінгвокогнітивістиці. Через назви кольорів та їх символіку може передаватись мовна картина світу. Фразеологічні одиниці акумулюють у собі важливу національно-культурну специфіку, яка посилюється за допомогою символіки кольорів. Виходячи з того, що сам колір може впливати не тільки на орган зору, а й на інші органи чуття, відбувається вплив і на світосприйняття людини. У роботі з'ясовується походження та семантичне навантаження лексем на позначення кольорів в українських фразеологізмах у контексті національно-культурного сприйняття колірної символіки. Здійснено спробу аналізу семантичного навантаження лексем на позначення кольорів у фразеологізмах крізь призму національно-культурного та загальнолюдського сприйняття колірної символіки. В українських фразеологізмах, крім традиційної тріади «біле-чорне-червоне», також наявні кольори, що демонструють певні особливості культурних уявлень нації. Семантика кожного кольору в українських фразеологізмах має як загальнолюдські риси, спільні для усіх народів, так і локальні, притаманні автентичним культурно-етнічним особливостям. Із найдавніших часів для українців особливого символічного навантаження набували три кольори: це білий як символ божественного і чистого, спокою; чорний як символ хаосу, руйнування, темних сил; і червоний колір як символ крові, вогню і тепла. Ці колірні «міфи» відтворюються у фразеологізмах, надаючи їм відповідних відтінків значення. Доведено, що в українській фразеології колір постає як глибинний соціокультурний елемент, який акумулює і транслює загальнолюдські та національні цінності та ідеї. Виконуючи кумулятивну функцію, фразеологічні одиниці накопичують та зберігають найрізноманітнішу інформацію, що стає підґрунтям до розуміння ментальності народу.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, фразеологізм, колір, символ, семантика, лексема.

Вступ. Сучасні дослідження в галузі психології, психолінгвістики та теорії масової комунікації дають підстави стверджувати, що семантика лексем на позначення кольору в тексті є одним із важливих чинників його інформаційного та психологічного впливу на свідомість людини. Проблема символіки кольорів є однією із центральних у вивченні взаємозв'язків між кольором у тексті та психікою. Походження колірної символіки, його зміст, належність до тих або інших явищ і подій в житті людей, міжкультурні відмінності у символіці кольору – це ті питання, що мають глибинний потенціал для ґрунтовного

дослідження семантики кольорів в українських фразеологізмах. У повсякденному житті люди рідко замислюються над тим, який вплив на їхню підсвідомість мають кольори. Проте огляд наукових розвідок, присвячених взаємодії кольору з людською підсвідомістю, засвідчує, що ця тема є досить актуальним напрямком лінгвістичних досліджень. Кольори супроводжують людину протягом усього життя, і їх сприйняття відбувається на підсвідомому рівні. Хоч сьогодні наука має багато статей і робіт, присвячених цьому питанню, колір досі лишається загадковим і недослідженим явищем, роль та символічне значення якого в житті людини потребує подальшого з'ясування. У фразеологізмах початкове значення вихідних лексем часто трансформується у новій синтаксичній одиниці, набуваючи іншого змісту. Проте, з іншого боку, семантичне навантаження стійких словосполучень формується здебільшого на основі первинних значень вихідних лексем чи асоціацій, пов'язаних із ними. Це дає підстави стверджувати, що лінгвістичне осмислення слів на позначення кольору в українських фразеологізмах пов'язане з національно-культурним сприйняттям колірної символіки. З огляду на це актуальним є дослідження національно-культурного сприйняття колірної символіки в контексті трактування семантики фразеологічних одиниць. А це, у свою чергу, дає можливість простежити особливості етнічного сприйняття кольорів та відображення їх символіки у мовній свідомості українців на прикладі фразеологізмів.

Мета нашого дослідження – з'ясувати походження та семантичне навантаження лексем на позначення кольорів в українських фразеологізмах у контексті національно-культурного сприйняття колірної символіки.

Новизна дослідження полягає у спробі аналізу семантичного навантаження лексем на позначення кольорів у фразеологізмах крізь призму національно-культурного та загальнолюдського сприйняття колірної символіки.

За твердженням С. Якімової, вивчення символіки кольору є актуальним напрямом абсолютно різних галузей знання: психології, культурології, мовознавства, літературознавства, лінгвокогнітології та інших, що визначає міждисциплінарний характер цього явища. Зокрема, авторка зазначає, що сукупність кольорів певної культури можна сприймати як систему знаків і правил, згідно з якими відбувається шифрування, дешифрування, перенесення й зберігання інформації, де узагальнення за кольором відповідає загальним законам кольорового кодування. Науковиця співвідносить ці кольорові коди з інформаційним наповненням архетипів. Зокрема, зміни кольорів у релігії, мистецтві, моді тощо дослідниця пов'язує з якісними змінами у свідомості та самосвідомості людей, їхньому інтелектуальному та духовному розвитку [9, с. 246].

Поняття «кольору» пов'язане з особливостями мислення людини та її розвитком, з особливостями національної культури, з розвитком наукової думки. Символічне значення кольору у лінгвістиці, так само, як і в культурології, не є постійною одиницею. Із часом трактування символічного навантаження кольору може змінюватися, може втрачатися первинний зміст і формувати новий. Фразеологізми – це також похідні лексичні сполуки, семантика яких певною мірою обумовлена первинним значенням вихідних лексем.

На нашу думку, перші спроби декодування символічного навантаження кольорів лежать у полі зору культурології. Із точки зору цієї науки, кожен колір може бути прочитаний, як слово, сигнал, знак або символ. Розуміння кольору може бути суб'єктивним, індивідуальним, а може бути й колективним, загальним для великих соціальних груп і культурно-історичних регіонів. Становлення колірної знакової системи повсюдно відбувалося нерозривно з розвитком людства в цілому, його основними культурними течіями. Тому ізольоване вивчення основних знакових функцій кольору у фразеологічних одиницях, особливо символічних, є неможливим.

Е. Поліна із цього приводу відзначає, що традиції народної кольорової культури сягають своїм корінням у первісні часи. Цей період збігся зі становленням і розвитком міфологічної картини світу, в якій відбилися найбільш значимі аспекти людського буття. Через синкретизм мислення первісної людини колір був нерозривно зв'язаний з його носієм. Внутрішнє, зовнішнє, матеріальне, духовне сприйняття кольору були злиті воедино. Він став чуттєвою оцінкою тієї чи іншої частини багатокольорового світу, засобом світосприйняття, перетворення хаосу у космос, оточуючого світу у кольорову матеріальну форму [4, с. 1].

В українській національній культурі чітко простежується символіка кольору, яка, на наш погляд, входить у систему цінностей на рівні складової частини естетичного ідеалу, виробленого протягом тисячолітньої історії існування етносу у відповідних природних умовах. В окремих випадках семантика кольору тут носить глобальний позаетнічний характер (біле і чорне як контраст), деколи пов'язується з вужчим змістом (білий – чистота, блакитний – небо, наближеність до вершин духу) [8].

Найчастіше в українських фразеологізмах спостерігаємо «класичне протистояння» чорної та білої кольорової символіки: *видавати біле за чорне* [5, с. 67], *світу білого не видно* [5, с. 70], *тримати в чорному тілі* [5, с. 192], *чорне діло* [5, с. 206], *чорні дні* [5, с. 209]. У цих фразеологізмах семантичне навантаження досліджуваних лексем пов'язане із символічною функцією кольору, в основі якої – культурний фенотип, колірна символіка. Архетипи колірної символіки виникають із психофізіологічних і біоенергетичних властивостей кольору і його сприйняття людиною [6, с. 7]. Для українців, як і для більшості світових етносів, білий колір споконвічно використовувався у тих магічних ритуалах первісних людей, в яких вони апелювали до сил добра і життя, або захищалися від дії злих духів і божеств. Білий колір залучав добрих богів і відлякував злих. Найбільш важливими із цих ритуалів були дійства, присвячені народженню, ініціації, браку і смерті. Білий колір використовувався і як захисний засіб від пристріту. Злі сили не могли завдати шкоди людині, тварині або житлу, якщо вони були помічені білою фарбою, або мали амулети білого кольору. Важливу роль відігравав білий і в ритуалі жертвопринесення. Добрим богам

і духам прагнули приносити в жертву тварин білого кольору, або забарвлених в біле [2, с. 46]. Звідси й походження фразеологічних сполук типу: *світу білого не бачити, білий світ* [5, с. 70], які позначають «світлий» бік людського життя.

Не менш значущим у житті первісних людей був чорний колір. Якщо білий означав світло, то чорний – морок, якщо білий – життя, то чорний – смерть, білий – чистота і порядок, чорний – бруд і хаос. Тим самим чорний – антитезис білого, протилежний бік життя. Все негативне в житті первісних людей відображав чорний. Злі сили, ворожі людині, найдавніших зображеннях мали чорний колір. На відміну від «білої», «чорна магія» апелює до сил зла, і приводить людину до занепаду [1, с. 5].

Оптично контраст білого і чорного вважається найпотужнішим, аналогічно контрастують і символічні значення цих двох кольорів у фразеології. Стійкі лексичні одиниці, де використано назву чорного кольору, характеризують різні негативні емоції, вчинки та реалії людського буття: *тримати в чорному тілі – страх, знуцання; чорне діло – злочин, гріх; чорні дні – горе чи невдача*. Як бачимо, використання лексем на позначення чорного кольору в українській фразеології демонструє послідовність у символічному трактуванні «чорного» як кольору для позначення негативних аспектів людського буття.

Використання лексем на позначення білого кольору в українській фразеології пов'язане не лише із позицією щодо традиційного символіко-змістового наповнення. Наприклад, у фразеологічній одиниці «біла ворона» спостерігаємо використання асоціативного методу побудови стійкого лексичного словосполучення. Історія походження цього фразеологізму сягає епохи стародавнього Риму. Його автором вважається давньоримський поет Ювенал, який писав: «Доля наділяє царство рабам, полоненим... тільки щасливців таких менше, ніж білих ворон» [10]. У цьому випадку семантика лексеми ґрунтується виключно на особливостях природного забарвлення і поведінки цього виду птахів.

Інший фразеологізм: *біла кість* [5, с. 298], на думку Л. Бойко та С. Сабліної, «характеризують людину за різними ознаками: походженням» [2, с. 46]. На нашу думку, саме у цій сполуці лексема на позначення кольору має чітке культурно-історичне підґрунтя, пов'язане з особливостями та умовами життя різних прошарків населення українського етносу. Так, біла тканина в одязі українців традиційно використовувалася лише для святкового вбрання, оскільки біле бавовняне полотно швидко втрачало форму і зношувалося. Конопляне полотно було міцнішим і цупкішим, після вибілювання воно набувало легкого холодного зеленуватого відтінку [3, с. 10]. Вироби із такої грубої тканини були більш практичними і дешевшими, тому використовувалися представниками бідніших прошарків населення. Так само і білий колір шкіри асоціювався зі шляхетним походженням людини, яка не була змушена тяжко працювати під відкритим небом.

Із певними умовам існування українського етносу пов'язане також смислове навантаження фразеологічної одиниці: *як чорний віл у ярмі* [5, с. 110]. «Чорний віл» в українській міфології – магічний персонаж у замовлянні від ворогів та недоброчиливців. Можна припустити, що корова (віл) у найдавнішій язичницькій свідомості ототожнювалися із певним первісним, могутнім, але ще «нічним», неупорядкованим станом буття (порівняйте зв'язок небесного бика з місячним божеством у міфології Шумеру, священну корову в давньоіндійських

культурах, «корову» – богиню Геру в давньогрецькій міфології, середземноморський культ бика та його зв'язок із лабіринтом як моделлю «іншого» світу, викрадення стада у «хтонічної» чарівниці Медб в давньоірландських сказаннях, нарешті, численні слов'янські, зокрема українські загадки, де корова розгадується як ніч і вселенське «довпорядковане» начало, як-от: «чорна корова весь світ поборолла» [7, с. 139]. На прикладі цього фразеологізму спостерігаємо семантичне нашарування сакрального (первинного) та вторинного значення лексеми на позначення кольору, що визначає функції використання цієї вже стійкої лексичної сполуки.

Останнім у первісній кольоровій тріаді виступає червоний колір. На відміну від білого і чорного, він належить до так званих хроматичних кольорів і з усіх трьох є найбільш амбівалентним символом. Символічні значення червоного визначаються «виглядом» крові. Всі «червоні речі» в уяві первісних людей поділялися на дві категорії, залежно від того, приносять вони добро або зло. Але, незалежно від своєї валентності, всі «червоні речі» володіють силою, оскільки кров – сила, без якої людина вмирає [1, с. 7–12]. Червоний колір перш за все асоціюється з кров'ю і вогнем. Його символічні значення дуже багатообразні і, подеколи, суперечливі. Червоний символізує радість, красу, любов і повноту життя, а з іншого боку – ворожнечу, помсту, війну. Використання лексем на позначення червоного кольору в українській фразеології також базується на принциповому ототожненні його з людською кров'ю. Так, лексична сполука «*червона юшка*» [5, с. 783] в усному мовленні та літературних творах використовується для позначення крові: *Кресь! – він мене раз по щоці, кресь! – удруге. До лиця – а з його юшка так і цебенить* [5, с. 783]. *З носа в Юри тече, як з водопроводу. Юшка червона заливає йому губи, стікає з бороди і крапає на ґруди* [5, с. 783].

Крім традиційної тріади «біле-чорне-червоне», в українських фразеологізмах також притаманні кольори, що демонструють певні особливості культурних уявлень нації. Із цього погляду досить цікавим є семантичне навантаження лексеми на позначення *рудого* кольору. Фразеологізм *як руда миша* [5, с. 390] в українському мовному середовищі використовується для позначення зневажливого ставлення, як своєрідний маркер бідності, скрутного життєвого становища, безвиході. Походження такого значення, на наше переконання, варто шукати в національній специфіці ставлення українців до цього кольору. Лідія Ходанич, досліджуючи специфіку кольорів у системі етнічних цінностей українців, стверджує, що рудий як різновид жовтого кольору волосся – ознака негативного у людині: у дитячому середовищі висміюється те, що не є типовим. Так, у дражнилках зустрічаємо: «*Вуси, як у рака, а сам рижий, як собака*» [8].

Значення фразеологізму *дивитись крізь рожеві окуляри* [5, с. 198] також пов'язане із семантичною символікою цього кольору. Рожевий колір походить від сполучення червоного і білого, тому його семантика сполучає в собі значення цих двох кольорів. Він символізує водночас пристрасть із чистотою і невинністю білого. Рожевий колір часто використовується як символ кохання, чуттєвості, жіночності. Цей колір символізує кохання, мрійливість, доброту і ніжність. Його часто використовують для гендерного маркування ознак жіночності. Оскільки жінка у світовій культурі асоціюється із чуттєвою частиною сприйняття світу, тому й лексема «рожевий» у цьому

випадку позначає особливе світосприйняття, пов'язане з певною наївністю.

Синій колір символізує розум і стійкість, налаштовує на зосередженість, систематичне самовдосконалення. Це колір неба і моря, що позначає як висоту і глибину, так і постійність, вірність, правосуддя та досконалість. В уяві стародавніх єгиптян правда позначалася саме синім кольором, а в грецькій міфології він символізував Зевса і Геру, оскільки вони, за уявленням, мешкали вище хмар. Також синій колір асоціюється з доблестю і відвагою. Свого часу саме синя стрічка була найвищою винагородою лицареві за його досягнення. Також синій колір асоціюється з королівською владою, високим, благородним походженням. Про це свідчить існування фразеологізму «*блакитна кров*», який позначає представників аристократичного походження.

Фразеологізм *зелена вулиця* [5, с. 139] належить також до тих лексичних сполук, що утворилися на основі вторинної семантики кольорного значення слова. Зелений колір є символом добробуту, здоров'я і життя людини, розум і любові. Цей колір найчастіше асоціюється з весною, пробудженням і дозріванням природи, оновленням та відродженням життя у зв'язку з приходом весни. Зелений є символом безперервності життя, безсмертя. У більшості країн грошові одиниці мають зелене забарвлення, це дає підстави стверджувати, що символом цього кольору є також багатство, добробут і стабільність. У морській термінології зелений прапор використовували для позначення аварії, на дорозі зелений колір світлофора дозволяє рухатися. Також зелений колір є символом молодості і незрілості. Особливого значення набуває цей колір у зв'язку з поширенням різноманітних екологічних рухів, що виступають на захист природи. Часто такі організації використовують для свого позначення узагальнене поняття «зелені». Як бачимо, у цьому фразеологізмі «зелений» синонімічний до поняття «дозволений», що, у свою чергу, базується на використанні цього кольору для попереджувальних знаків.

Висновки. Отже, семантичне навантаження кольорової символіки у фразеологізмах розвивалося паралельно з людською культурою. Первісні кольорові уявлення людини обмежувалися «базовою кольоровою тріадою»: біле-чорне-червоне. Пізніше, з розвитком людства, кольорова гама і семантика кожного відтінку значно розширювалися і доповнювалися новими уявленнями. У фразеологізмах кольорне смислове навантаження лексем так само демонструє поетапність формування людських уявлень. Певна частина стійких лексичних сполук із використанням кольорної семантики базується на первісних кольорових уявленнях та змістових протиставленнях «чорне-біле», «добро-зло» і т. ін. У фразеологізмах типу «*зелена вулиця*», «*дивитись крізь рожеві окуляри*» семантичне навантаження лексем для позначення кольору будується на вторинних асоціаціях, пов'язаних із попереднім трактуванням первинного значення кольорової символіки. Семантика кожного кольору в українських фразеологізмах має як загальнолюдські риси, спільні для усіх народів, так і локальні, притаманні автентичним культурно-етнічним особливостям.

На основі здійсненого дослідження відповідно до обраної теми можемо стверджувати таке: в українській фразеології колір постає як глибинний соціокультурний елемент, що акумулює і транслює загальнолюдські та національні цінності та ідеї. Із найдавніших часів для українців особливого символічного навантаження набували три кольори: це білий як сим-

вол божественного і чистого, спокою; чорний як символ хаосу, руйнування, темних сил; і червоний колір як символ крові, вогню і тепла. Ці колірні «міфи» відтворюються у фразеологізмах, надаючи їм відповідних відтінків значення. Пізніші уявлення українців поповнювалося визначеннями кольорової гама та присвоєння семантичного навантаження кожному з відтінків. Семантика лексем на позначення таких кольорів прямо чи опосередковано залежить від їх первинного значення.

Перспективою наших досліджень буде увага до стилістичного вживання фразеологізмів із колоронімами у творчості сучасних українських авторів.

Література:

1. Базыма Б.А. Психология цвета: Теория и практика. Москва : Речь, 2005, 112 с.
2. Бойко Л., Сабліна С. Фразеологічні одиниці з компонентом «кольороназва» в мовній картині світу українців. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2015. С. 43–50.
3. Покусінська Л., Покусінський О. Борщівська народна сорочка. Київ : «Новий друк», 2012. 368 с.
4. Поліна Е.Г. Колір в українській народній культурі. URL : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/apitphk_2013_30_14.pdf (дата звернення до джерела: 24.12.2020).
5. Словник фразеологізмів української мови / НАН України, Ін-т укр. мови, Укр. мов.-інформ. фонд; уклад.: В.М. Білоноженко та ін. ; відп. ред. В. О. Винник. Київ : Наук. думка, 2003, 788 с.
6. Сурина М.О. Эзотерические свойства цвета. Москва : ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д : Изд. центр «МарТ», 2006. 144 с.
7. Українські замовляння / Упоряд. М.Н. Москаленко; Авт. передм. М.О. Новикова. К. : Дніпро, 1993. 309 с.
8. Ходанич Л. Колір у системі етнічних цінностей українців. URL : <http://www.chl.kiev.ua/key/Books/ShowBook/489> (дата звернення до джерела: 24.12.2020).
9. Якімова С.Е. Символіка позначень кольору в іспанському та українському художньому текстах. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 3. С. 245–252.
10. URL : <https://citaty.info/book/decim-yunii-yuvenal> (дата звернення до джерела: 03.01.2020).

Nazarenko O. National cultural context of color symbolism in Ukrainian phraseological units

Summary. The article is devoted to the consideration of the national cultural context of the symbolism of colors in Ukrainian phraseological units. The study of phraseological aspects of the language gives us an idea of the national specifics because phraseological units are determined by a specific manifestation of the worldview of the society. The problem of color symbolism is an important link in linguocognitistics. The linguistic world concept can be conveyed through the names of colors and their symbolism. Phraseological units accumulate important national and cultural specificity which is enhanced by the symbolism of colors. On the assumption of the fact that color itself can affect not only the visual organ but also other senses of perception, definite impact on the worldview of man is made. The article investigates the origin and semantics of lexical items of color definition in Ukrainian phraseology in the context of national-cultural perception of color symbolism. An attempt to analyze the semantic value of lexical item colors designation in phraseological units through the prism of national, cultural and universal perception of color symbols is made. In Ukrainian phraseology, in addition to the traditional triad of *white-black-red*, there are also colors that demonstrate certain features of the cultural ideas of the nation. The semantics of each color in Ukrainian phraseological units has both universal human features common to all mankind and local ones inherent in authentic cultural and ethnic peculiarities. Since ancient times the colors have acquired a special symbolism for the Ukrainians: white as a symbol of divine and pure and also of peace; black as a symbol of chaos, destruction, dark forces; and red as a symbol of blood, fire and warmth. These color myths are reflected in phraseology providing them with the appropriate shades of meaning. It has been proven that in Ukrainian phraseology color stands as a deep sociocultural element that accumulates and conveys universal human and national values and ideas. Performing a cumulative function, phraseological units accumulate and store various information that becomes the basis for understanding the mentality of the people.

Key words: phraseological unit, phraseologism, colour, symbol, semantics, lexical item.

Ніколаєва Н. М.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування
Запорізького національного університету

СПОСОБИ УТВОРЕННЯ КОМПОЗИТІВ ІЗ КОЛІРНИМ КОМПОНЕНТОМ *SCHWARZ* У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Анотація. Згідно з А. Вежбицькою [2], основні кольори мають прототипові значення. Таким чином, існує концептуальна асоціація, наприклад, червоний колір і вогонь, зелений і «речі, що ростуть із землі», синій і небо, жовтий і сонце. Білий та чорний кольори можна назвати різними відтінками світла. Нас цікавлять складні слова з колірним компонентом. Наша мета – вивчити ці прототипові значення серед композитів із колірним компонентом *schwarz*.

У цій статті розглядається деривація колороніму *schwarz* у публіцистичному тексті німецької мови. Можна зазначити, що продуктивність словоскладання як спосіб формування нових номінацій зростає, і зараз це є найбільш продуктивним методом, за допомогою якого утворюються нові назви. Композити утворені щонайменше з двох основ, і можуть поєднувати будь-які частини мови (іменник + іменник, прикметник + прикметник, дієслово + іменник тощо). У даній статті композити утворені за зразком «прикметник кольору + іменник», хоча є й інші «прикметник кольору + дієслово», «прикметник кольору + прикметник».

Колороніми в німецькомовній культурі мають постійний набір переносних значень, що описують різноманітні об'єкти. Майже всі колороніми є полісеміями, тому їх значення визначаються або в певних поєднаннях, або в контексті. Композит набуває переносного значення завдяки кольоровій складовій та стійким асоціаціям з цим кольором. Усі композити утворюються шляхом метафорично або метонімічного переосмислення, значення якого не завжди збігається з лексичними тлумаченнями. Найбільш вживаним механізмом переносного значення в процесі слово і фразотворення за участі колоронімів виявляється механізм перенесення найменування одного предмета на інший за подібністю.

Значення всіх складних слів пов'язані з людиною, з описом її зовнішніх даних або характеристикою її діяльності. Німецькі композити з кольоровим компонентом *schwarz* використовуються найчастіше з негативним значенням.

Ключові слова: композити, колороніми, чорний, значення, німецька мова.

Мета дослідження полягає у виявленні композитів з колірним компонентом *schwarz* і визначенні їх функцій в німецькомовних текстах.

Словоскладання в сучасній німецькій мові має давню історію вивчення. Основи дослідження закладаються в першій половині XIX століття в роботах К. Ф. Бекера і Я. Грімма. Вивчаючи складні слова, К. Ф. Бекер розрізняє «злиття» (*Verschmelzung*) і «з'єднання» (*Zusammenfügung*) [5, с. 12]. На

думку вченого, збагачують словниковий запас саме злиття як одиниці номінації, що позначають нові поняття. Дана думка простежується і в «Німецькій граматиці» Я. Грімма, який вніс великий внесок у вивчення словотвору і словоскладання в германських мовах [5, с. 14].

Вивчення словоскладання в німецькій мові продовжилося в XX столітті. Складні слова досліджуються багатоаспектно: вивчаються їх структурно-генетичні та семантико-синтаксичні особливості (М.Д. Степанова [5], В.С. Вашунін [1], В. Фляйшер [6]), стилістичний потенціал складних слів (В. Фляйшер [6]), особливості функціонування (В.С. Вашунін [1], Т.С. Глушак [3], А.Т. Кукушкіна [4]), при цьому уточнюються наявні класифікації складних слів.

Характерним для публіцистичного тексту є вживання складних слів (композитів) з колірним компонентом, які набувають у ньому нових значень, та утворення нових відповідних композитів. Колороніми, які входять до складу композитів утворюються за моделями: Adj + S (де Adj – колірний прикметник, S – іменник), Adj + V, Adj + Adj.

Розглянемо композити з колірним компонентом *schwarz*, побудовані за моделлю Adj + S. Складний іменник з компонентом *schwarz* може позначати: расову приналежність (*der Schwarzafrikaner* 'негр, виходець з Африки'), негативний погляд на життя (*der Schwarzfärber, der Schwarzseher, der Schwarzmaler, der Schwarzmacher* 'песиміст'); незаконну діяльність (*die Schwarzarbeit* 'нелегальна робота', *der Schwarzfahrer* 'шофер без ліцензії', *schwarzfahren* 'їздити зайцем, без квитка', *der Schwarzangler* 'рибалка – браконьєр', *die Schwarzarbeit* 'ліва робота', *der Schwarzarbeiter* 'людина, яка незаконно займається чим-небудь', *der Schwarzbau* 'недозволене будівництво', *das Schwarzgeld* 'не оподатковуються кошти', *der Schwarzmarkt* 'чорний ринок', *der Schwarzhandel* 'торгівля на чорному ринку', *das Schwarzbuch* 'чорна книга'); зовнішність людини (*rabenschwarz* 'чорний як ворон'); продукти харчування (*das Schwarzbrot* 'чорний хліб', *die Schwarzbeere* 'чорниця'), професійну діяльність (*der Schwarzrock* 'священик', *der Schwarzkittel* 'суддя на футболі чи католицький священик', *der Schwarzkünstler* 'маг' [8, с. 252–253].

Композити, утворені за моделлю Adj + V, позначають нелегальні дії: *schwarzfahren* 'водити машину, не маючи водійських прав', 'їздити зайцем без квитка', *schwarzgehen* 'браконьєрити або нелегально переходити кордон' [7, с. 1508]; зовнішність: *rabenschwarz sein* 'бути чорним, як ворон' [7, с. 1347].

Як відомо, характерною ознакою німецької мови є присутність складних слів, яка постійно відбивається в утворенні

нових композитів, наприклад, відоме словосполучення *der schwarze Tee* ‘чорний чай’ у публіцистичному тексті перетворюється у композит *der Schwarztee* із збереженням первісного значення, а також словосполучення *schwarze Kirschen* ‘стигли вишні’ перетворюється на *die Schwarzkirschen: Sechs Verfärber, die leise am Zahnweiß nagen Jeder weiß: Kaffee, Schwarztee und Nikotin legen einen dunklen Schleier aufs Gebiss. Daneben gibt es Zahnverfärber, an die Sie nicht im Traum denken würden. Zähneputzen gehört auch dazu* (Der Spiegel, 1. September, 2016).

Die Klassiker: Kaffee, Tee, Rotwein, Nikotin, Früchte wie Heidelbeeren oder Schwarzkirschen, aber auch Gewürze wie Curry oder Safran – eine ganze Reihe von Lebens- und Genussmitteln haben eine stark färbende Wirkung. Deshalb bleiben auch entsprechende Flecken auf weißer Kleidung ewig sichtbar. Kräuter- und Früchtetee, etwa aus Kamille oder Hagebutte sehen so hell und mild aus. Trotzdem stehen sie in der verfärbenden Wirkung von Zähnen dem Schwarztee in nichts nach (Der Spiegel, 4. April, 2015).

Складний іменник *das Schwarzgeld* в наведеному прикладі має значення ‘доходи, які не обкладаються податком’ і асоціюється з незаконною діяльністю громадян Швейцарії та з податковими шахраями. Фігуральне значення використовується для посилення негативної оцінки вищевказаного явища: *Schwarzgeld: Steuersünder zeigen sich weiterhin massenhaft selbst an*.

Trotz Strafverschärfung sind 2015 bis Juli 10.000 Selbstanzeigen eingegangen. Der Steuergewerkschaft zeige das, „wie groß das Problem Schwarzgeld im Ausland war und ist“. Auch nach der Verschärfung der Regeln gegen Steuerbetrug zu Jahresbeginn gehen bei den deutschen Finanzbehörden viele Selbstanzeigen ein. In den ersten sechs Monaten hätten sich 10.512 Deutsche, die Schwarzgeld im Ausland hatten, selbst beim Finanzamt angezeigt, berichtet die Welt am Sonntag unter Berufung auf Daten der 16 Länder-Finanzministerien (Der Spiegel, 21. September, 2015).

Вербальний фразеологізм *schwarzfahren* у цьому контексті означає ‘їздити зайцем без квитка’. Надання тексту метафоричного переосмислення сприяє його експресивності, а вживання його у вигляді заголовка підкреслює важливість інформації, що повідомляється. Головна позиція фразеологізму має суттєве значення для встановлення контакту з читачем – адресатом. Колір, який є складовим компонентом даного фразеологізму, вказує на негативне ставлення мовця до цього явища. У цьому контексті вживається також схожий за значенням композит, який використовується для позначення діючої особи *Schwarzfahrer* ‘заєць’:

Schwarzfahren: *Wie man die 60-Euro-Geldstrafe umgehen kann.*

Kaputter Automat, vergessene Monatskarte, falsches Ticket: Schnell wird man in Bus und Bahn unfreiwillig zum Schwarzfahrer. In vielen Fällen lässt sich die fällige Geldbuße aber noch verhindern. Wer keinen gültigen Fahrausweis vorweisen kann, ist manchmal auch unfreiwillig zum Schwarzfahrer geworden. Streikt etwa der Automat, muss der Fahrgast das nachweisen (Die Zeit, 1. November, 2015).

Richterbund fordert Umdenken im Umgang mit Schwarzfahrern.

... Der Vorsitzende des Deutschen Richterbunds hat angeregt, den Straftatbestand des Schwarzfahrens zu überprüfen. Er fordert ein stärkeres Engagement der Verkehrsbetriebe (Der Spiegel, 4. Januar, 2018).

У цьому контексті зустрічається ще один композит, утворений від вербального *schwarzfahren* – *die Schwarzfahrt* – ‘проїзд

без квитка’ для позначення також негативного явища, що стає популярним у сучасному суспільстві:

Der Deutsche Richterbund hat dafür plädiert, das sogenannte Schwarzfahren als Tatbestand im Strafgesetzbuch zu überprüfen. Anlass war unter anderem die Flucht von Gefangenen aus dem offenen Strafvollzug in Berlin. Die Berliner Justiz habe jährlich mit rund 40.000 Fällen von Schwarzfahrten zu tun, nahezu alle Kammern des Landgerichts seien überlastet, sagte der Vorsitzende des Richterbunds Jens Gnisa. Gnisa sagte, die Verkehrsbetriebe sollten vorbeugend deutlich mehr tun. Zugangskontrollen der Unternehmen seien der beste Weg, um Schwarzfahrten mit Bahnen und Bussen effektiv zu verhindern und die Strafjustiz zu entlasten. Wenn sie das aus betriebswirtschaftlichen Erwägungen heraus nicht tun, dann darf nicht der Steuerzahler als Lückenbüßer herhalten (Der Spiegel, 24. März, 2016).

У наведеному композиті *der Schwarzafrikaner* ‘негр, виходець з Африки’ колірний компонент *schwarz* висловлює сему ‘ознаки раси’, що утворене на асоціації з кольором шкіри. У контексті ця лексема набуває ще однієї номінації, пов’язаної з наркотичними засобами:

Der 19-jährige Schwarzafrikaner Emeka verkaufte von Jänner bis März 2008 in mehreren Angriffen insgesamt fünf Kugeln mit jeweils 0,3 Gramm Heroin und sieben Kugeln mit je 0,3 Kokain an den 16-jährigen Suchtmittelkonsumenten Peter und die Suchtgiftkonsumentin Anna ... (Der Spiegel, 17. Oktober, 2015).

У композиті *der Schwarzfärber* ‘песиміст’ компонент *schwarz* висловлює сему ‘песимізму’, негативного погляду на життя, перспективи, стан справ. Поняття ‘песиміст’ характеризується поліномінативністю, і для його позначення існує кілька лексичних варіантів – синонімів: *der Schwarzmacher, der Schwarzmalter, der Schwarzseher*. У поданому контексті песимісти бачать все у ‘чорних тонах’ і це для них тупикова ситуація, вони ніби у ‘чорних окулярах’, а для оптимістів труднощі – лише чергові перешкоди, які потрібно подолати на шляху до наміченої мети:

Schwarzseher oder Möglichkeitsdenker? *Barack Obama versetzte mit seinem Slogan „Yes, we can!“ Millionen Menschen in Aufbruchstimmung. Doch man muss kein Politiker sein, um Menschen mit Sprache zu begeistern. Dank dieser Formulierungen haben auch Sie mehr Erfolg!*

Nicht jeder Mensch strahlt motivierende Zuversicht aus. Im Berufs- und Privatleben begegnen uns oft Schwarzseher, sogenannte „Negativdenker“, die uns mit ihrer Denkweise und ihren Worten herunterziehen. Daneben gibt es noch die „Möglichkeitsdenker“, die sich von schwierigen Situationen nicht aus der Bahn werfen lassen. Eher sehen sie Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt (Der Focus, 17. November, 2015).

Компонент *schwarz* у складі композита *die Schwarzarbeit* висловлює сему ‘незаконність’, ‘нелегальність’, яка ґрунтується на фізичній характеристиці чорного кольору, а саме вважається, що чорний колір – відсутність кольору і тому асоціюється з темрявою, з періодом доби, коли всі дії приховані. Нелегальна робота, як правило, не тільки незаконна, але й ‘чорна’, призначена для людей, які знаходяться у складних життєвих ситуаціях, наприклад, як у поданому контексті описується ситуація, в яку потрапляють біженці:

Flüchtlinge zieht es in die Schwarzarbeit. Die Schattenwirtschaft ist auf dem Rückzug. Noch. Denn bis zu 300.000 illegale Jobs könnten durch die Zuwanderung entstehen. Flüchtlinge zieht es aus

einem ganz bestimmten Grund in die **Schwarzarbeit** (Der Focus, 17. September, 2015).

Сема 'незаконність', 'нелегальність' висловлюється також таким композитом *der Schwarzmarkt* 'чорний ринок':

Südafrika. Krieg im Busch ... – zudem lockten extrem hohe Profite. 'Auf dem Schwarzmarkt kostet ein Kilo Horn bis zu 80.000 Dollar, also mehr als ein Kilo Gold! 'Er rechnet vor, warum die Sache auch für legale Trophäenjäger sehr lukrativ ist. Am Kap bezahlen sie für das Abknallen eines ... (Die Zeit, 17. August, 2012).

Далі у прикладі складний прикметник *rabenschwarz* 'чорний, як ворон', у ньому поєднання двох темних кольорів – чорного і вороного – надає контексту додаткової негативності через вживання лексеми *rabenschwarz* для позначення смерті військовослужбовців:

*Wo fängt die Lüge im Krieg an? Beim Verschweigen. Alle Nationen zensieren die Beschreibungen und Abbildungen des Krieges, und vielfach zensieren die Korrespondenten, Künstler und Briefeschreiber sich selbst. Das Schlachthaus der Front erscheint in Zeitungen und Wochenschauen als harmloses, fest auf Sieg abonniertes Männerabenteuer – Niederlagen bleiben das Schicksal des Gegners. So wie die deutsche Oberste Heeresleitung im September 1914 nichts über das Desaster an der Marne verlauten lässt, räumt der französische Generalstab 1914 nicht mal den Verlust eines Pferdes ein. Die englische Presse feiert den Beginn der Somme-Schlacht am 1. Juli 1916 als **good day**, obwohl die Briten an diesem **rabenschwarzen** Tag fast 20.000 Soldaten verlieren (Zeit, 2. Oktober, 2017).*

У композиті *das Schwarzbuch* колірний компонент *schwarz* висловлює сему 'незаконність' і 'відчуженість'. Так, наприклад, складний іменник *das Schwarzbuch* 'чорна книга' асоціюється з чорним списком і розглядається у більш широкому сенсі, а саме, для позначення міст, які через несплату податків внесено у 'чорну книгу' Федерації:

Schwarzbuch.

*Über eine chinesische Unternehmerin hatte er schon seit 2008 ein Netzwerk nach Asien aufgebaut. 2009 reiste er mit einer Delegation erstmals nach China. Das brachte der Stadt wegen Steuerverschwendung eine Erwähnung im **Schwarzbuch** des Steuerzahlerbunds ein, hatte aber noch weitere Folgen: Thiede war jetzt China-Fan. Und Schwarzenbek sollte einen Textilgroßhandel mit 1000 Mitarbeitern bekommen (Die Woche, 25. Oktober, 2015).*

Компонент *schwarz* є частиною композиту *der Schwarzkittel*, утвореного за допомогою метонімічного перенесення, тобто номінація професії за кольором уніформи, священики, судді, маги носять чорне вбрання:

Schwarzkittel treibt es gern bunt. Fast schon ohnmächtig standen die SVV-Verantwortlichen am Spielfeldrand. „Am Schluss sind wir regelrecht verpöffelt worden“, kommentierte Sebastian Müller den Auftritt des „Schwarzkittels“ (Deutschland, 2. Oktober, 2015).

Отже, можна констатувати в цілому, що продуктивність словоскладання як способу утворення нових номінацій зростає, і в даний час словоскладання є найбільш продуктивним способом, за допомогою якого утворюються нові найменування. Композити, в більшості випадків, утворені за моделлю «прикметник кольору + іменник», хоча зустрічаються і інші: «прикметник кольору + дієслово», «прикметник кольору + прикметник».

Всі композити утворені шляхом метафоричного або метонімічного переосмислення, значення яких не завжди збігається зі словниковими трактуваннями. Усі складні слова пов'язані з людиною, з описом її зовнішніх даних або з характеристикою її діяльності.

Значна продуктивність складних слів в німецькій мові взагалі і в публіцистичному тексті зокрема вимагає їх всебічного і фундаментального опису, що і визначає перспективність подальших досліджень композитів із колірним компонентом у мові преси.

Література:

1. Вашунин В.С. Субстантивные сложные слова в современном немецком языке. Москва : Высшая школа, 1990. 159 с.
2. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.
3. Глушак Т.С. Функциональная стилистика немецкого языка. Учеб. пособие для факультетов и институтов иностранных языков. Минск : Высшая школа, 1981. 173 с.
4. Кукушкина А.Т. Теоретическая грамматика немецкого языка. Морфология. Часть 3. Нижний Новгород : НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2004. 80 с.
5. Степанова М.Д. Теоретические основы словообразования в немецком языке. Москва : Высшая школа, 1984. 264 с.
6. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig : Niemeyer, 1992. 327 S.
7. Deutsches Universalwörterbuch. 6., überarbeitete u. erweiterte Auflage. Mannheim : Dudenverlag, 2007. 2016 S.
8. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch / neu herausgegeben von Dr. Renate Wahrig. München : Burfeind, 2002. 1451 S.

Джерела ілюстративного матеріалу:

9. Spiegel [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.spiegel.de> 2012-2018
10. Zeit [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.zeit.de/index> 2012-2018
11. Woche [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.woche.de> 2012-2018
12. Focus [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <https://www.focus.de/> 2012-2018

Nikolaieva N. Methods for the formation of coloronym with a colour component *schwarz* in a German language journalistic text

Summary. According to Wierzbicka basic colours have prototypical meanings. Thus, there is a conceptual association between e.g. the colour red and fire, green and "things growing out of the ground", blue and the sky, yellow and the sun. The colours white and black can be referred to as different shades of light. Our interest lies in colour compounds with the mentioned colours or shades of light as latter part and with a describing first part of the compound in modern German language. Our aim is to study these prototypical meanings among the colour compounds *schwarz*.

This article discusses the derivational coloronymiv in journalistic text of the German language. It can be noted that the productivity of compounding as a way of formation of new nominations is increasing, and is now compounding is the most productive method by which new names formed.

Compounds are formed of at least two stems, and can combine any parts of speech (noun + noun, adjective + adjective, verb stem + noun, etc.). There are generally two types of compounds that can be identified: the determinative compound

and the copulative compound. The determinative compound is the most common one. It is made up of a semantic head, the right-hand component of the lexeme, which also determines the grammatical category and gender of the word. The meaning of this head is restricted by the qualifying element that precedes it. Less common is the copulative compound. This type of compound is characterized by a coordinate, rather than a subordinate, relationship between the components. The copulative compound always combines the same parts of speech (e.g. adjective + adjective, noun + noun). In this article compounds are formed on the model of color adjective + noun, although there are other color adjective + verb, color adjective + adjective.

Coloronym in the German linguistic culture have a constant set of portable values that describe a variety of objects. Almost all coloronymy are polysemy, so their value is specified, or in certain combinations of usual, or in the context. Due to the color component of the compound become figurative meaning. All compounds are formed by metaphorical or metonymic rethinking whose meaning does not always coincide with the lexical interpretations. All difficult words associated with a person, with the description of its external data or a characteristic of its activity. In German compounds with color component used most often with a negative value.

Key words: compounds, coloronimy, schwarz, meaning, German.

Паук М. М.,

кандидат філологічних наук,

ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж
Мукачівського державного університету»

ЧИСЛІВНИК У РОЛІ ОБМЕЖУВАЧА В УКРАЇНСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЯХ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню синтаксемних функцій препозитивних форм числівника у структурі українських прислів'їв. Вибір теми зумовлений тим, що препозитивні компоненти в багатьох прислів'ях відіграють вирішальну роль у наданні їм афористичності й образності. Це відбувається в результаті набуття багатьма препозитивними синтаксемами ознак детермінантів або ж, за іншою термінологією, властивостей топіків, які обмежують сферу справедливості суджень, виражених предикативною основою. Порівняння різноманітних визначень прислів'їв дає підстави для виділення таких важливих і облігаторних ознак цієї одиниці: на синхронному рівні прислів'я сприймається як стійкий вираз, воно виражене реченням (простим чи складним), є судженням, що узагальнює народний досвід, має образний, афористичний характер. Будучи стійкими виразами, прислів'я, на відміну від звичайних речень, не формується мовцем, а відтворюється. Це зумовлює специфіку модальності прислів'їв: їх зміст не є породженням мислення мовця, мовець лише відтворює певні істини, які не мають свого конкретного суб'єкта-творця. Основу синтаксем з обмежувальною функцією у складі українських прислів'їв складають іменники. Інші частини мови в ролі обмежувачів є не частотними. У переважній же більшості числівники, незважаючи на препозитивність, виступають звичайними квантитативами при підметах і не розвивають детермінантних функцій, пов'язаних з обмеженням сфери справедливості суджень, виражених предикативною основою прислів'я. Здійснений аналіз семантико-синтаксичних властивостей препозитивних числівників у складі прислів'їв засвідчив їхню здатність виступати детермінантною обмежувальною синтаксемою. Однак появи цієї функції нерідко перешкоджають трансформації семантики числівників, їхня синтаксична пов'язаність із другорядними членами речення, а також особливості їхнього використання в структурі прислів'їв.

Відповідно до мети у статті встановлено репертуар препозитивних синтаксем, утворених формами числівника, визначено реальні й потенційні можливості цих синтаксем до набуття властивостей детермінанта, а також з'ясовано синтаксичні фактори, що перешкоджають цьому процесу.

Ключові слова: синтаксис, семантика, структура українських прислів'їв, детермінанти, прислів'я, числівник.

Постановка проблеми. Одним з основних принципів побудови українських прислів'їв є використання в їхньому складі різноманітних обмежувачів, які звужують сферу справедливості суджень, виражених предикативною основою. За нашими підрахунками, він використаний приблизно в десятій частині українського паремійного фонду.

Причина широкого розповсюдження прислів'їв з обмежувальними синтаксемами впливає із самої природи цього

різновиду української народної творчості. В енциклопедії «Українська мова» ця природа визначається так: «Прислів'я – стійкий вислів переважно фольклорного походження, в якому зафіксований практичний досвід народу та його оцінка різних подій і явищ. Прислів'я, на відміну від приказок, – це самостійні судження, інтонаційно й граматично оформлені як прості («Дружній череді і вовк не страшний») або складні («Біда тому воліві, котрого корова коле») речення. Найчастіше прислів'я виникають унаслідок спостережень за певними часто повторюваними подіями та явищами і виділення в них характерного й особливого» [4, с. 530]. У наведеному визначенні діакритичними характеристиками прислів'я постають такі ознаки: прислів'я є стійкими і самостійними судженнями у формі речень, у них закріплено певні народні узагальнення і народний досвід.

Аналіз останніх досліджень. У «Словнику української мови» прислів'я тлумачать як «влучний образний вислів, часто ритмічний за будовою, який у стислій формі узагальнює, типізує різні явища життя [3, с. 24]. У цьому визначенні з попереднім спільними елементами є вказівка на узагальнення, типізацію, властиві прислів'ям, новим же щодо попереднього визначення є вказівка на образність прислів'їв.

Порівняння різноманітних визначень прислів'їв дає підстави для виділення таких важливих і облігаторних ознак цієї одиниці: на синхронному рівні прислів'я сприймається як стійкий вираз, воно виражене реченням (простим чи складним), є судженням, що узагальнює народний досвід, має образний, афористичний характер. Будучи стійкими виразами, прислів'я, на відміну від звичайних речень, не формується мовцем, а відтворюється. Це зумовлює специфіку модальності прислів'їв: їх зміст не є породженням мислення мовця, мовець лише відтворює певні істини, які не мають свого конкретного суб'єкта-творця. Узагальнена невизначеність суб'єкта обумовлює появу нерелевантних аргументів [1, с. 179–204] і позачасове значення предикатів в прислів'ї, їх зміст не відтворює конкретних ситуацій. Як показують прислів'я, в них ознаки референтності втрачають навіть власні імена людей, яким у звичайних реченнях така властивість притаманна. Наприклад, у прислів'ях *На бідного Хому і дерево пада; Якби Хомі гроші, був би і він хороший, а нема – всяк мина; Без Кіндрата пуста хата*, незважаючи на вжиті власні імена, ми не можемо визначити конкретної особи, якої вони стосуються. У прислів'ях, як і в афоризмах, виражаються закономірності існування не одиничних, а узагальнених реалій або ситуацій. Узагальнена невизначеність суб'єкта зумовлює нерелевантність як аргументів ситуацій, названих у прислів'ї, так і всієї ситуації загалом. Наприклад, у прислів'ї *Без вола хата гола* аргумент-носії ознаки *хата* не позначає якусь конкретну будівлю, а *віл* – це не конкретно названа тварина.

Мета статті. Тут ідеться про будь-яку хату і будь-якого вола. Спроба надати цим аргументам референтних властивостей, тобто ввести в речення члени, які надають аргументам властивість позначати одиничний конкретний предмет, призводить до зміни статусу висловлювання: воно перетворюється з прислів'я у звичайне речення. Наприклад: *Без цього вола хата гола; Без вола ця хата гола; Без цього вола ця хата гола.*

Виклад основного матеріалу. Система мови – це абстрагована від реальної мовленнєвої дійсності ієрархічна організація мовної компетенції, що складається з інваріантних одиниць (фонем, морфем, лексем, графем, речень, текстом), структурована на основі синтаксичних, парадигматичних й епідигматичних зв'язків між елементами на всіх мовних рівнях [9, с. 551].

Серед мовних одиниць різних рівнів центральне місце належить слову, оскільки воно виступає будівельним матеріалом для висловлення, іменуєчи пізнане людиною в реальній дійсності та категоризоване в поняттях і відношеннях. У філософському трактуванні предмети як реалії дійсності пізнаються у процесі діяльності людини й осмислюються в поняттях, а відношення між ними – у поняттєвих категоріях, які об'єктивуються в мові у слові-лексемі, у граматичних формах, граматичних категоріях слів різних частин мови, що визначають специфіку їхньої лексичної і граматичної (морфологічної та синтаксичної) семантики і функції у побудові речення як основної синтаксичної одиниці мови. Розбіжність поглядів учених на проблему класифікації частин мови пояснюється тим, якому критерієві надається перевага у кваліфікації класів слів – ономазіологічному, граматичному чи прагмакомунікативному.

Зокрема, відомі в мовознавстві спроби розглядати числівники як слова, які не входять до системи частин мови за категорійним (частиномовним) значенням – лексичною семантикою, оскільки функціонують як знаки, що обслуговують акти мовлення. І, навпаки, за ономазіологічним критерієм числівник розглядають як самостійну частину мови. В українському мовознавстві числівник зараховують до частин мови з деякими застереженнями.

Так, І.Р. Вихованець характеризує числівник як частину мови, яка позначає означену чи неозначену кількість предметів та абстрактне число: виражає своє категорійне частиномовне значення в морфологічній категорії відмінка та обмеженого функціонування категорій роду і числа [5, с. 152]. Як специфічну ознаку цієї частини мови вчений називає те, що в цьому класові слів домінує критерій семантичний: числівники виконують квантитативну і нумеративну функції (називання абстрактно-математичного числа); їм властивий відносно сталий, кількісно обмежений лексичний склад; це морфологічно своєрідний клас іменних частин мови, який не розподіляється за родами і не змінюється в синтаксичному плані; числівник з іменником найчастіше являє собою неподільний компонент речення, який виконує певну функцію.

У нашому трактуванні числівник – слово ознакове, входить до іменних частин мови, пов'язуючись з іменником, виражає його ознаку за кількісним виявом (як конкретно визначену чи приблизну, неозначену) або ознаку за порядком підрахунку об'єктів мовцем. Кількісний вияв рахованих предметів, представлених іменниками конкретного значення, передає лексична сема, а граматичні значення числа і роду залежать від форми пояснюваного іменника: Один син у школу пішов; Одна кімната добре освітлена; Лагідне теля двох мамок ссе (Нар. тв.).

Якщо іменник за граматичним значенням числа на опозиції «один – більше як один» має форми однини і множини, то числівники, крім нуля, один та похідних від іменників, як тисяча, мільйон, мають форму тільки множини і, як і іменники у множині, не виражають значення роду.

Отже є всі підстави вважати числівник окремою самостійною частиною мови. Переконливим є визначення числівника в монографії С. Жаботинської, яка розглядає його як самостійний логіко-граматичний клас, категорійна семантика якого співвідносна з поняттям числа як «цілісного членованого на підраховані однорідні частини об'єкта, що займає певне місце в числовій ієрархії». Числівники відрізняються від інших груп лексикою системою словотворення та синтаксичними особливостями [6, с. 138]. Категорія кількості виступає як номінативна база цього класу слів, виявляє свою семантику в актуальних процесах номінації, набуваючи статусу числа-концепту у двох ракурсах: кількісно-інтенсивного або індексно-порядкового [6].

Подібні семи містять і похідні від числівників іменники (двійка, п'ятірка, десяток, сотня / сотні, тисячі, п'ятиріччя), прикметники (сторічний, кількадеметровий, подвійний, одноразовий), прислівники (вчетверо, надвоє, чимало), дієслова (удвоїти, подесятирити), але вербалізують їх по-різному – відповідно до синтаксичного призначення форм у системі парадигми. Пор.: *Минуло два роки. Дворічний хлопчик спить; Мати народила двійню; Йдемо до школи удвоє із сестрою. Щось двоїться в очах.* Поняттєва (функціонально-семантична) категорія кількості в числівнику має вияв як лексична семантика на рівні частиномовної організації слів у представленні статичної кількісної ознаки предметів. Членована цілісність та ієрархічно обумовлений порядок у рахунку незрозуміло пов'язані, оскільки порядок рахунку залежить від позначуваних предметів, а граматична форма семантично зумовлена формою пояснюваного іменника. Сема кількості логічно осмислена питальними займенниками Скільки? Котрий? Кількісні числівники позначають число, логічно осмислене питанням Скільки?, а у поєднанні з назвою рахованих однорідних предметів у реченні утворюють синтаксичний комплекс, який відповідає на питання Скільки кого? / чого?

Числівник один має форму однини усіх трьох родів (один, одна, одне), числівники два, дві – (чол. і жін. рід), а також синтаксично вказують на чоловічий або середній рід збірні числівники (двоє чоловіків, троє вікон, четверо малят).

Основною морфологічною категорією числівника є відмінки. Відмінкова парадигма його має форми усіх відмінків, хоч вони по-різному виявляють свій зв'язок з іменником. Логічне запитання *скільки?* передбачає назвати число (кількість) предметів у формі родового відмінка множини: *Кого? Чого?* (крім числівника один). Це властиве усім кількісним числівникам від п'яти і далі (п'ять років, сто дерев, дві треті площі, але: один будинок). Числівники два, три, чотири поєднуються з іменником у формі називного множини.

Основною синтаксичною функцією числівників є атрибутивна як вираження кількісної ознаки предмета. Кількісні числівники її виражають у непрямих відмінках, крім знахідного (об'єкта), а порядкові – в усіх відмінках. У називному відмінку числівник разом з іменником виступає у функції складеного підмета, а в знахідному – прямого додатка

Перехід числівників у прислів'ях до звичайного речення, що виражає висновок з боку мовця, а не узагальненого кола

людей, зумовлений логічним обмеженнями, які з'являються у висловлюваннях про конкретний одиничний предмет.

Наслідком неререферентності прислів'їв є те, що їхні предикативні основи формують категоричні загальні судження. Логічна схема їх має вигляд *Усі S є P* або *Жодне S не є P*. Ця категоричність і виступає основою парадоксальності предикативних основ багатьох прислів'їв. Адже наш життєвий досвід завжди може заперечити таку категоричність, знайти факти, які підтверджують положення, що *Не всі S є P* або *Деякі S не є P*. Введення в прислів'я членів речення, які обмежують простір справедливості судження, що міститься в предикативній основі, дозволяє знизити ступінь категоричності.

У складі обмежувачів домінують різноманітні за структурою і семантикою члени речення, які в мовознавчій літературі виділені в окремий розряд другорядних членів речення, названих детермінантами [6, с. 77–93]. Як зазначає Н.Ю. Шведова, «ознаками, спільними для всіх детермінантів, є: 1) синтаксично визначена позиція відносно до всього іншого складу речення; 2) сполучуваність того самого детермінанта з різними структурними схемами речення; 3) регулярне збереження детермінанта в усіх формах одного й того ж речення» [7, с. 66–77]. За допомогою детермінантів, які перебувають у простому реченні в препозиції, відбувається перетворення загальних категоричних суджень, зосереджених у предикативних основах, у загальні некатегоричні судження, адже детермінанти обмежують рамки справедливості думки, вираженої в предикативній основі.

Основу синтаксем з обмежувальною функцією у складі українських прислів'їв складають іменники. Інші частини мови в ролі обмежувачів є нечастотними. Так, У збірнику «Українські прислів'я та приказки» (далі – УПП) [5] у складі прислів'їв зафіксовано 47 прикладів, у яких вжито препозитивні кількісні числівники. Їх, однак не всі з цих числівників мають обмежувальну функцію.

Набуття додаткових функцій обмеження сфери справедливості спостерігається переважно у прислів'ях, у яких квантитативну функцію виконує числівник *один* при підметі: *Одна біда – не біда* (УПП: 36); *Одна головня і в печі гасне, а дві і в полі горять* (УПП: 56); *Одно дерево – то ще не ліс* (УПП: 59); *Одна ластівка не робить весни* (УПП: 63); *Одна ластівка весни не робить* (УПП: 329); *Одна бджола меду не наносить* (УПП: 94, 329); *Одна дівка – жура гірка, а у кого сім – буде доля всім* (УПП: 156); *Одна дитина – не дитина, а багато дітей – радість* (УПП: 193).

Лише в одному прикладі, що демонструє появу у числівника обмежувальних функцій, натрапляємо на вживання субстантивованого числівника *один*: *Один у полі не воїн* (УПП: 329). Також один раз препозитивний числівник *один* поєднується з іменником в орудному відмінку: *Одним колесом не поїдеш* (УПП: 95).

У двох прислів'ях обмежувальні функції виконують інші числівники: *Сім баб – сім рад, а дитина без пупа* (УПП: 194); *Дві баби – торг, а три – ярмарок* (УПП: 201). Свідченням особливої ролі числівників у наведених прислів'ях служить втрата в багатьох прикладах смислу в разі їхнього випущення: *Біда – не біда; Головня і в печі гасне; Бджола меду не наносить; Дитина – не дитина; Син – не син* тощо. Інше підтвердження появи у квантитативів додаткової обмежувальної детермінантної функції полягає в синонімічних зв'язках наведених при-

слів'їв із складнопідрядними реченнями з підрядними умови. Наприклад: *Якщо біда одна, вона не біда; Якщо головня одна, вона і в печі гасне.*

У переважній же більшості числівники, незважаючи на препозитивність, виступають звичайними квантитативами при підметах і не розвивають детермінантних функцій, пов'язаних з обмеженням сфери справедливості суджень, виражених предикативною основою прислів'я. Зокрема, це стосується таких прислів'їв: *Два голі третього не вберуть* (УПП: 21); *Два третього не ждуть* (УПП: 329); *Два третього не чекають, а четвертого не питають* (УПП: 329); *Два ліси за гребінь б'ються* (УПП: 158); *Два дими, два козути і дві господині ніколи не погодяться* (УПП: 86); *Два півні і дві господині не згодяться ні завтра, ні нині* (УПП: 86); *Два серця розуміються краще, ніж дві голови* (УПП: 167); *Дві невістки в хаті – два коти в мішку* (УПП: 199); *Два ведмеді в однім барлозі не живуть* (УПП: 277); *Два ведмеді в одному барлозі не вживуться* (УПП: 334); *Два брехуни одної правди не скажуть* (УПП: 281); *Два коти в однім мішку не помиряться* (УПП: 334); *Дві господині в хаті не дадуть ради кошеняті* (УПП: 86); *Дві няньки, дві бабки – дитина без ока* (УПП: 194); *Одна розумна голова добре, а дві ще ліпше* (УПП: 244); *Одна голова добре, а дві ще краще, але хай одна розважить і поважить* (УПП: 247); *Одна голова добре, дві ліпше, але хай одна розважить і поважить* (УПП: 329); *Одна голова не бідна, а бідна – так одна* (УПП: 176, 248); *Одна рада хороша, а дві ще краще* (УПП: 344); *Одна біда не докучить, аж десять докучи злучить* (УПП: 36); *І дві копійки – гроші* (УПП: 350); *Одне око, та й те передране, одна дитина, та й та не як люди* (УПП: 196); *Сорок літ – бабський вік* (УПП: 202); *Один учитель краще, як дві книжки* (УПП: 239).

Висновки з досліджень та перспективи пошуків. У цих прикладах кількісні числівники виступають квантитативними синтаксемами й не розвивають здатності обмежувати сферу справедливості судження, вираженого предикативною основою. Про це свідчить неможливість здійснити синонімічну трансформацію наведених прислів'їв у складнопідрядне речення з підрядною частиною умови: (?) *Якщо голіх два, вони третього не вберуть*; (?) *Якщо лисих два, вони за гребінь б'ються*; (?) *Якщо копійки дві, вони гроші*; (?) *Якщо учитель один, він краще, як дві книжки.*

Значні семантичні зміни супроводжують трансформацію прислів'їв, в яких кількісний числівник пов'язаний із другорядними членами, що теж суперечить можливості приписати такій числівниковій словоформі обмежувальну функцію: *Одним пальцем і голки не вдержши* (УПП: 329) ≠ *Якщо палець один, ним і голки не вдержши*; *Однією рукою* (УПП: 329) ≠ *Якщо рука одна, нею в долоні не заплещеш.*

Аналіз наведених прикладів дозволяє сформулювати основні причини, що перешкоджають набуттю числівниками функцій обмежувальних детермінантів. Одна з них пов'язана із втратою числівником здатності виражати конкретне числове значення. Наприклад, у прислів'ях із числівником *два* з'являються значення «не один», «більше, ніж один»: *Два півні і дві господині не згодяться ні завтра, ні нині*; *Дві няньки, дві бабки – дитина без ока*; *Два ліси за гребінь б'ються*. Набуття числівником детермінантних властивостей мало б своїм наслідком повернення числівнику конкретного числового значення. Інша причина, що стоїть на заваді розвитку у числівників детермінантних властивостей, пов'язана зі структурою прислів'я: вона

виявляється в разі порівняння або протиставлення денотатів, що мають кількісні характеристики. Наприклад: *Одна розумна голова добре, а дві ще ліше; Одна рада хороша, а дві ще краще; Одна біда не докучить, аж десять докучи злучить.*

Здійснений аналіз семантико-синтаксичних властивостей препозитивних числівників у складі прислів'їв засвідчив їхню здатність виступати детермінантною обмежувальною синтаксею. Однак появи цієї функції нерідко перешкоджають трансформації семантики числівників, їхня синтаксична пов'язаність із другорядними членами речення, а також особливості їхнього використання у структурі прислів'їв.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы. Москва : Едиториал УРСС, 2005. 384 с.
2. Грамматика современного русского литературного языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. Москва : Наука, 1970. 767 с.
3. Словник української мови : [в 11 т.] / АН Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні ; редкол. : І.К. Білодід (голова) [та ін.]. Київ : Наук. думка, 1970–1980. Т. 8 : Природа–Ряхливий / ред. тому: В.О. Винник [та ін.]. 1977. 927 с.
4. Українська мова. Енциклопедія. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія», 2004. 824 с.
5. Українські прислів'я та приказки / упорядкування С.В. Мишанича та М.М. Пазяка. Київ : Дніпро, 1984. 391 с.
6. Шведова Н.Ю. Детерминирующий объект и детерминирующее обстоятельство как самостоятельные распространители предложения. *Вопросы языкознания*. 1964. № 6. С. 77–93.
7. Шведова Н.Ю. К спорам о детерминантах (обстоятельственная и обстоятельственная детерминация простого предложения). *Филологические науки*. 1973. № 5. С. 66–77.

Pauk M. Numeral with the role of a restrictor in Ukrainian proverbs

Summary. The article is devoted to the study of syntactic functions of prepositional forms of the numeral in the structure

of Ukrainian proverbs. The choice of theme is due to the fact that prepositional components in many proverbs play a crucial role in giving them aphorisms and imagery. This occurs as a result of the acquisition by many prepositional syntaxes of the features of determinants or, in other terminology, the properties of topics that limit the scope of validity of judgments expressed on a predicative basis. Comparison of various definitions of proverbs gives grounds for highlighting the following important and obligatory features of this unit: at the synchronous level the proverb is perceived as a stable expression, it is expressed in a sentence (simple or complex), is a judgment that summarizes folk experience, has figurative, aphoristic nature. As stable expressions, proverbs, unlike ordinary sentences, are not formed by the speaker, but reproduced. This determines the specificity of the modality of proverbs: their meaning is not a product of the speaker's thinking, the speaker only reproduces certain truths that do not have their own specific subject-creator.

Nouns form the basis of syntaxes with a restrictive function in Ukrainian proverbs. Other parts of speech as limiters are not frequency. In the vast majority of numerals, despite the preposition, they are the usual quantitatives in the subjects and do not develop determinant functions associated with limiting the scope of justice of judgments expressed by the predicative basis of the proverb. The analysis of semantic-syntactic properties of prepositional numerals in proverbs testified to their ability to act as a determinant restrictive syntax. However, the appearance of this function is often hindered by the transformation of the semantics of numerals, their syntactic connection with secondary members of the sentence, as well as the peculiarities of their use in the structure of proverbs. In accordance with the purpose, the article establishes a repertoire of prepositional syntaxes formed by numeral forms, identifies the real and potential possibilities of these syntaxes to acquire the properties of the determinant, and clarifies the syntactic factors that hinder this process.

Key words: syntax; semantics; structure of Ukrainian proverbs; determinants; numeral.

*Пилячик Н. С.,**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника**Троценко О. Я.,**кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри англійської філології**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

МЕТАФОРИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ *EUROPEAN UNION* У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. Стаття присвячена загальному опису когнітивних ознак концепту *EUROPEAN UNION (EU)* у сучасному англомовному політичному дискурсі та кореляції між досліджуваним концептом та концептуальними метафорами, які є когнітивними утвореннями, демонструючи здатність людини об'єктивно пояснювати соціальне явище освіти та життєвого досвіду суспільства. Когнітивні ознаки полягають у вивченні головних семантичних ознак ключових лексичних одиниць досліджуваного концепту *EUROPEAN UNION* та ставлення людей до нього. Вони повністю залежать від змісту висловлювання політичних лідерів-акторів, у промовах яких сховані концептуальні метафори. Проаналізовано мету сучасного політичного дискурсу, адже політика є невід'ємною частиною життя суспільства і є потужним фактором для керування людською свідомістю. Оскільки засоби масової інформації є одними із основних джерел сучасного політичного дискурсу, у статті апелюємо до англомовних видань 21 століття, що висвітлюють актуальні новини та промови відомих політичних лідерів, які характеризуються високим авторитетом серед популярних світових видань. Здійснений аналіз вказує на те, що значення досліджуваного концепту *EUROPEAN UNION* не є статичним, а радше динамічним, яке змінюється внаслідок створених концептуальних метафор. Змодельовано структуру концептуальних метафор за допомогою мапування із головними сегментами (цільові домени та вихідні домени). Виділено лексичні одиниці, за допомогою яких вербалізується досліджуваний концепт *EU* у сучасному англомовному політичному дискурсі та створено класифікацію концептуальних метафор *EUROPEAN UNION IS A THEATRE*, *EUROPEAN UNION IS A BUILDING*, які є базовими, та уособлюють уявлення про Європейський Союз (ЄС). Метафоричні концепції нелегко зрозуміти людині, яка є мало обізнаною в тій чи іншій політичній ситуації, але саме метафоричне представлення концепту *EU* уможливило зробити певні висновки про ситуацію, що склалася, та змалювати своє уявлення та бачення подій по відношенню до політики Європейського Союзу.

Ключові слова: концепт, політичний дискурс, концептуальна метафора, мапування, цільовий домен, вихідний домен.

Постановка проблеми. Сьогодні антропоцентрична лінгвістична парадигма активно описує взаємодію мови

та культури. Одним із важливих термінів для дослідження такої взаємодії є концепт. Актуальність запропонованої розвідки визначається ґрунтовним вивченням сучасного політичного дискурсу, що допомагає зрозуміти проблеми мовної політичної картини світу, концептуальний простір і методи виявлення актуалізації концептів. Людська система мислення та інтерпретування дійсності є метафоричною за свою природу, тому такі поняття, як «концепт» та «концептуальна метафора», відіграють важливу роль не тільки у щоденному спілкуванні, а й у соціальних взаємовідносинах. Останнім часом людство активно цікавиться світовою політичною грою, що спричинило неабиякий інтерес до сучасного політичного дискурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У статті апелюємо до дослідження видатних вітчизняних та зарубіжних учених, які присвятили свої наукові праці вивченню когнітивної лінгвістики: С. Аскольдов, В. Іващенко, А. Мартинюк, В. Маслова, М. Полужин, А. Приходько, G. Lakoff, M. Johnson тощо. Відомо, що збільшити політичну обізнаність людей щоденно допомагають не тільки друковані мас медіа, а й багато соціальних мереж. Це й зумовило підвищене зацікавлення багатьох учених (А. Баранов, П. Паршин, К. Серажим, О. Фоменко, О. Шейгал тощо), як ґрунтовно дослідити вплив сучасного політичного дискурсу на суспільство, зокрема з'явилося багато досліджень впливу метафор у політичних промовах чи висловлюваннях відомих лідерів світових країн.

Мета статті – дослідити концепт *EU* за допомогою двох найбільш вживаних концептуальних метафор *EUROPEAN UNION IS A THEATRE* та *EUROPEAN UNION IS A BUILDING*, що дають точне уявлення про особливості його актуалізації у сучасному англомовному політичному дискурсі та формують образ обраного концепту.

Виклад основного матеріалу.

Концептуальна метафора *EUROPEAN UNION IS A THEATRE*

Досліджуючи концепти, ми розпізнаємо у мові певні концептуальні метафори, які не є суто лексичним поняттям, а й концептуальним на глибших та підсвідомих його рівнях, завдяки чому й формується наше сприйняття та бачення того, що нас оточує. Такі метафори відіграють важливу роль «когнітивних інструментів». Метафоричні вираження, що доводять присутність

концептуальної метафори EUROPEAN UNION IS A THEATRE, не часто зустрічаються у британській сучасній пресі, тому ми проаналізували найголовніші метафоричні утворення. Так, концептуальна метафора EUROPEAN UNION IS A THEATRE вербалізується у мові за допомогою таких лексичних одиниць: *stage, role, performers, to act*, etc. Після проведеного мапування досліджуваної метафори зроблено висновки, що саме такий набір базових лексичних сегментів складає концептуальну метафору EUROPEAN UNION IS A THEATRE (табл. 1)

Таблиця 1

**Концептуальна метафора
EUROPEAN UNION IS A THEATRE**

Вихідний домен (source domain)	Цільовий домен (target domain)
Theatre	European Union
Role	Political position
Performers/Actors	Members of the European Union
To act	To work

Оскільки European Union порівнюється у промовах політичних лідерів із театральним світом, то роль самого Європейського Союзу ототожнюється його ж ролі на світовій арені, в той час коли акторами є країни-члени Європейського Союзу, які активно виступають на політичній сцені. До прикладу, досліджуваний концепт EUROPEAN UNION уособлює у собі феномен певної театральної гри:

“The world is giving the EU a bigger role nowadays” [4].

“It is supposed that France plays a big role in the EU” [5].

“The EU rebukes Poland and Romania over rendition role” [5].

Представлені приклади пояснюють правдивість наших міркувань щодо мапування концептуальної метафори EUROPEAN UNION IS A THEATRE, тобто виявлення як цільового, так і вихідного доменів. У проаналізованому реченні “The world is giving the EU a bigger role” Європейський Союз концептуалізується за допомогою тематичних лексичних одиниць, що належать до театрального дискурсу. Так, слово *role* запозичене із вихідного домену для того, щоб перенести його конотацію на цільовий домен EU. У світі політики слово *роль* асоціюється із певною владою, конкретним соціальним становищем чи різної сили політичним впливом. Відомо, що Франція має завжди могутній вплив на винесення політичних рішень у межах Європейського Союзу. У дослідженому реченні “The EU rebukes Poland and Romania over the rendition role”, наочно пояснено, що Європейський Союз незадоволений політикою згадуваних країн. Таким чином, лексична одиниця *role* уживається у політичному дискурсі більше, аніж слова типу *вплив* чи *статус*. Власне *роль* асоціюється у нашій свідомості як вдаваний хист, штучність людських емоційних виражень, тобто з конкретною позитивною / негативною акторською грою. Ролі мають тільки виконавці у театральному світі, але аж ніяк не політичні лідери. Тому, апелюючи до політичних ролей, маємо на меті представити неприродну, інколи достатньо дивну поведінку політиків. Тобто кожен політик обирає собі певну роль та уміло намагається відтворити її протягом своєї політичної кар’єри, оскільки політика часто асоціюється із хитростю, нещирістю та вдаваністю дій. Сприйняття Європейського Союзу як певного театру, а його країн як акторів, наочно продемонстровано у такому реченні:

“Rates of the EU’s three best performers are well known” [4].

Лексичну одиницю *performers* ототожнюємо із членами Європейського Союзу, про що свідчить присутність концептуальної метафори EUROPEAN UNION IS A THEATRE у сучасній англійській пресі. Кожна країна цієї організації відіграє свою певну роль на політичній сцені відповідно до того, щоб представити себе з вигодою для політики самої країни.

Такі приклади, в яких лексична одиниця *to work* замінюється на *to act*, свідчать про те, що робота Європейського Союзу актуалізується начебто через конкретну діяльність виконавців у театрі:

“The EU can sometimes act strangely” [6].

“It is the motion which calls on the EU to act respectively” [6].

Наступний приклад показує ЄС як приміщення театру, на сцені якого відбуваються різні дії, тобто приймаються конкретні політичні рішення:

Bulgaria and Romania were taken to the EU stage [4].

Лексична одиниця *stage* відноситься до елементів театральної будівлі, а тому це означає, що країни Болгарія та Румунія готові вступити до Європейського Союзу, який приймає нових виконавців-акторів для вистави. Таким чином, кожна така послідовність виконаних акторами ролей складається у певну систему і утворює велику гру, що називається політикою.

**Концептуальна метафора
EUROPEAN UNION IS
A BUILDING**

Поряд із іншими метафоричними виразами ми виокремили концептуальну метафору EUROPEAN UNION IS A BUILDING, яка актуалізує концепт EUROPEAN UNION. Виділені нами лексичні одиниці є вербалізаторами досліджуваного концепту: *neighbours, doors, house, building, outside, to be let in, step over the doorstep, create*. Власне такі вирази асоціюються у свідомості пересічної людини із концептом BUILDING, який є одним із основних у концептуальній картині світу. Будинок ототожнюється із результатом роботи людини, яка його буде своїми руками і створює таке середовище, в якому їй буде зручно проживати. Власне будинок є тим вихідним доменом, який уможливило зрозуміти цільовий домен – Європейський Союз (табл. 2)

Таблиця 2

**Концептуальна метафора
EUROPEAN UNION IS A BUILDING**

Вихідний домен (source domain)	Цільовий домен (target domain)
Building	European Union
Construction of the house	Entry into the European Union
Process of building	Forming the European Union
Residents of the house	Political members of the European Union

Ми проаналізували такі метафоричні вирази, що доводять існування виділеної концептуальної метафори EUROPEAN UNION IS A BUILDING, яка вербалізується за допомогою слів *doors, close the doors, and entry*:

“EU opened its door to many members” [5].

“Poland urges EU not to close the doors on new members” [5].

“Entry into the European club” [3].

“Above the EU entry criteria” [4].

Слово *doors* асоціюється із захистом від зовнішнього світу, із тими людьми, яким гостинно відчиняємо двері нашого дому.

Із прикладу 1 можемо зробити такий асоціативний висновок: Європейський Союз є тією будівлею, яка відчиняє свої двері для інших країн, для того, щоб вони стали його гостями, вступили у цей союз. Із другого прикладу стає зрозумілим те, що Європа встановлює певні правила та умови, тому не завжди охоче приймає усі країни, які хочуть вступити до Союзу. У прикладі 3 виділяємо слово *club*, що асоціюється із будівлею, що також вказує на владу Європейського Союзу у сучасному світі. Наведені приклади свідчать про те, що існують певні критерії для вступу до клубу European Union, і не кожна країна підходить під них.

Для того, щоб будь-який будинок був стійким, необхідно закласти добрий фундамент, а далі кожен новий член Європейського Союзу як цеглина накладається одна на одну, таким чином зміцнюючи будівлю:

"It will create a new kind of EU" [6].

"Building EU was a hard job" [5].

"We will create a new EU" [6].

Власне процес будівництва асоціюється із процесом створення самого Європейського Союзу. У наведених прикладах згадується слово *create*, яке вживається для опису будівництва так само як і слово *build*, що вказують на створення чогось нового. Спочатку складається проект, а потім починаються будівельні роботи. Так само виглядає концептуальний простір Європейського Союзу: спочатку – певні плани та проекти, які згодом втілюються у життя і збільшується політичний будинок. Планування і будівництво є прямою роботою як будівельників, так і політиків.

Оскільки кожен будинок має власний інтер'єр, то важливою роботою є професія дизайнера, який вражає креативністю:

8. "The designing of EU is a very creative process" [4].

9. "We should design EU in the way we want" [4].

Таким чином, власний дизайн Європейського Союзу концептуалізується через поняття дизайну будинку, оскільки, плануючи дизайн, ми намагаємось зробити будинок затишнішим, більш практичним, та приємнішим.

Самі ж мешканці будинку поведуться по-різному, що прирівнюється до дій країн Європейського Союзу:

10. "A number of EU states are leaving Serbia's way" [4].

11. "The EU can shut out Japan" [5].

12. "Turkey claims to be let in the EU" [4].

Якщо мешканці можуть залишати будинок, то і країни можуть виходити з Євросоюзу, виражаючи особисту свободу. Також мешканці можуть не відчиняти двері непроханим гостям, а ті, у свою чергу, просити дозвіл на вхід:

13. "Bringing Ostpolitik to the EU home" [6].

14. "Bringing in 10 former communist countries of Eastern Europe to the EU house" [3].

Беручи до уваги проаналізовані приклади, можемо стверджувати про актуальність використання концептуальної метафори EUROPEAN UNION IS A BUILDING у сучасному англомовному політичному дискурсі. Концепт будинку ототожнюємо з концептом EUROPEAN UNION, у якому є такі складові частини, як фундамент та цеглини для міцності, свої мешканці, поведінка мешканців, які входять у будинок або залишають його, а також є двері, які захищають дім від непроханих гостей.

Висновки. Отже, політична метафора характеризується багатогранністю та динамічністю, її часто можна трактувати

лише в певному контексті чи за певних обставин. Привертає увагу те, що деякі політичні діячі мають хист до маніпулювання людською свідомістю власне через концептуальні метафори, які актуалізують концепт EUROPEAN UNION. Проаналізовано феномен двох найбільш вживаних концептуальних метафор у сучасному англомовному політичному дискурсі, адже політика є невід'ємною частиною суспільного життя і є сильним фактором впливу та керування людською свідомістю через засоби масової інформації.

Література:

1. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
2. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, L. : The University of Chicago Press, 2003. URL : <http://shu.bg/tadmin/upload/storage/161.pdf>.
3. The Economist (March 8—14, 2008 vol.586 Nr. 8570-8595). URL : <https://www.economist.com/>.
4. The Financial Times (February 15, 2006 – March 29, 2008). URL : <https://www.thefinancialtimes.com>.
5. The Guardian (November 23, 2007 – March 18, 2008). URL : <https://www.theguardian.com/international>.
6. The Observer (January 30, 2008 – March 27, 2008). URL : <http://www.theobserver.com/>.

Pyliachyk N., Trotsenko O. Metaphoric representation of the concept EUROPEAN UNION in a modern English discourse

Summary. The article deals with the general description of some cognitive features of the concept EUROPEAN UNION (EU) in a modern political discourse and the interrelation between a concept and conceptual metaphors which are cognitive structures and demonstrate a human's ability to objectively interpret the phenomena of both a social education and community life experience. Cognitive features depend on the analysis of all semantic peculiarities of key lexical units of the concept EU and people's attitude towards it. They are dependent on the content of political actors' speech in which some conceptual metaphors are hidden. The aim of political discourse has been analyzed as politics is an inseparable part of social life and it is used as a powerful influential factor to rule human consciousness. As mass media is a main source of modern political discourse, the article is based on the analysis of the English issues of the 21st century that reveal the latest news and political leaders' speeches that are characterized by high authority among other world issues. The analysis proves that the meaning of the concept EU under study is not static, but dynamic which can be changed by some conceptual metaphors. With the help of mapping with different segments (source and target domains) the structure of conceptual metaphors has been made. The lexical units verbalizing the concept EU in a modern political discourse have been singled out and the main conceptual metaphors EUROPEAN UNION IS A THEATRE, EUROPEAN UNION IS A BUILDING have been classified. They are basic ones, being substantial for understanding the essence of the European Union. Some metaphoric conceptions are difficult to realize for a person in every situation, but the metaphorization of the concept EU enables us to make results about any political situation and form the attitude towards the policy of the European Union.

Key words: concept, political discourse, conceptual metaphor, mapping, source domain, target domain.

*Підлубна О. М.,**кандидат педагогічних наук,**доцент кафедри іноземних мов**Львівської академії**Національного авіаційного університету*

ПРОБЛЕМИ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС РАДІООБМІНУ У СТАНДАРТНИХ ТА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Анотація. Статтю присвячено проблемі ведення радіообміну, мові спілкування фахівців галузі цивільної авіації та питанню використання стандартної фразеології, що містить елементи звичайної розмовної англійської мови. Визначено важливі ознаки авіаційної фразеології та надано загальну характеристику і виокремлено специфічні риси авіаційної англійської мови, якою послуговуються пілоти та диспетчери управління повітряним рухом. Підкреслено, що спілкування під час виконання професійних завдань характеризується спрямованістю, логічністю і однозначністю висловлювань й має низку обмежень у використанні мовних засобів. Виокремлено напрями сучасних тенденцій у веденні радіообміну англійською мовою, також розглянуто вплив мовної комунікації на безпеку польотів.

У статті розглянуто особливості радіообміну у нестандартних ситуаціях та проблеми ведення радіообміну, мови спілкування фахівців галузі цивільної авіації та питання використання стандартної фразеології, що містить елементи розмовної англійської мови. Розглядається питання розмовної мови. Продемонстровано шляхи, за допомогою яких пілоти та диспетчери можуть використовувати спрощення та інші стратегії як засіб подолання непорозуміння під час радіообміну. Проаналізовано, що перехід від стандартної фразеології на розмовну англійську мову зумовлене залучення розмовної англійської мови. Мова в цьому разі вирішує складне комунікативне завдання – обмін інформацією, а тому кожне слово контексту характеризується певною семантикою. Використання імперативної форми або запитань у висловлюваннях не повинно перешкоджати ефективності комунікації. Головним завданням яких є спрощення мовної комунікації, яка може бути перенавантаженою різними граматичними та лексичними правилами. Наголошено на важливості вимог ІКАО використовувати стандартну фразеологію радіообміну та застосування розмовної англійської мови у випадку непорозуміння або уточнень під час надзвичайних ситуацій.

Ключові слова: стандартна фразеологія, розмовна англійська мова, пілот, авіадиспетчер, радіообмін, імперативна форма дієслова.

Постановка проблеми. Дослідження мовної комунікації за допомогою англійської мови авіафахівців під час передачі інформації за допомогою радіозв'язку є одним із найбільш актуальних у галузі лінгвістики. Радіообмін та спілкування на міжнародних авіалініях згідно з Міжнародною організацією цивільної авіації (ІКАО) відбуваються англійською мовою. Аналіз авіаційних подій свідчить про те, що є нещасні випадки, які відбуваються саме через неналежний рівень володіння професійно орієнтованою англійською мовою та надмірне

використання розмовної англійської мови як у звичайних, так і в нестандартних умовах льотної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До розгляду питань англомовної комунікації авіафахівців, до ведення радіообміну звертались велика кількість науковців, які розглядали різні аспекти проблеми авіаційної англійської мови, яку виокремлювали як один із чинників безпеки польотів (Д. Макмілан, С. Кушинг, Н. Мод, Є. Кміта), докладно вивчали її структуру (Г. Емері, М. Міцутومی, К. О'Брайен, Дж. Мелл). Хоча фразеологія радіообміну була предметом вивчення цілої низки лінгвістів (О. В. Акімова, Д. Гіббон, І. М. Луцихіна, Т. О. Мальковська, Дж. Мелл, К. Сассен, М. І. Солнишкіна та ін.), проте дослідження проблеми мовної комунікації під час радіообміну у стандартних та надзвичайних ситуаціях не отримали належного висвітлення в спеціальній літературі.

Метою статті є вивчення проблеми мовної комунікації під час радіообміну у штатних та нестандартних ситуаціях.

Виклад основного матеріалу. Національні уповноважені органи опубліковують радіотелефонні посібники, які ґрунтуються на керівних положеннях ІКАО; у деяких випадках їх дозволено змінювати з урахуванням місцевих вимог щодо здійснення авіаційної діяльності. Вживання нестандартної фразеології інколи допускається в односторонньому порядку національними або місцевими службами повітряного руху, проте вживання стандартної фразеології мінімізує ймовірність непорозуміння на землі та у повітрі в процесі комунікації [1]. У документі ІКАО Doc 9835 представлені вимоги щодо рівня володіння професійно орієнтованою англійською мовою, але відсутня детальна інформація про зміст навчальних програм із мовної підготовки, детальний опис та характеристика мови радіообміну, посібники орієнтовані лише на загальну термінологію.

Основні вимоги до співрозмовника радіомовлення [4; 5]:

1) ефективно спілкуватися в голосових (телефонних / радіотелефонних) розмовах і під час особистого спілкування;

2) спілкуватися на спільні, конкретні та пов'язані з роботою теми з точністю та чіткістю;

3) використовувати відповідні комунікативні стратегії для обміну повідомленнями та розпізнавання й усунення непорозуміння (наприклад, для перевірки, підтвердження чи уточнення інформації) у загальному або пов'язаному з роботою контексті;

4) вирішувати успішно та з відносною легкістю мовні виклики, спричинені ускладненням або несподіваним поворотом подій, що трапляються в контексті звичайної робочої ситуації чи комунікативного завдання, з яким вони раніше стикалися;

5) використовувати діалект або акцент, зрозумілий авіаційній спільноті.

Метою ІКАО є зменшення можливості нещасних випадків та авіапригод, пов'язаних із неякісним радіозв'язком між повітряними та наземними станціями, організація зосереджується на можливих комунікаційних стратегіях під час надзвичайних та невідкладних ситуацій.

У розмовній англійській мові існує безліч фразових дієслів, які не варто вживати під час радіозв'язку, якщо вони не вбудовані в авіаційну лексику. Так наприклад, фразове дієслово «*pull up* – підтягувати» у авіаційному контексті має значення: *raise the nose and increase height* – Підніміть ніс і збільште висоту». Таким чином, важливим є використання стандартних виразів [6]. Метою висловлювань має бути «*semantic transparency*» – смислова прозорість», що забезпечує зрозумілість, доступність, ясність та однозначність у розмові.

Для забезпечення ясності у фразеології важливим елементом стає граматики, яка має спрощену конструкцію. Так, наприклад, питання в авіаційній мові – це засіб отримання інформації, а інформація є запорукою усвідомлення ситуації. «*What is the nature of your emergency?*», «*Яка природа вашої надзвичайної ситуації?*» – це стандартна фраза, яка часто зустрічається в стенограмах розмов про надзвичайні ситуації. Однак ця фраза є нестандартною в контексті авіаційної мови. Таке запитання може бути спрощене до «*What is your emergency?*» або «*What is your problem?*» або навіть «*What has happened?*», мета яких – не втратити жодного суттєвого значення, а збільшити шанси на те, що співрозмовники відразу його зрозуміють. Такий приклад чітко показує, як можливо усунути непорозуміння у спілкуванні із самого початку. Таким чином, можна скористатися командою чи імперативною формою дієслова, уникаючи застосування питальних форм: «*Describe your emergency*» опишіть свою надзвичайну ситуацію» або «*Tell me what your problem is*» «скажіть, у чому ваша проблема». Команди є найбільш прямою формою запити – вони не залишають сумнівів у тому, яку дію співрозмовник наказує виконати своєму адресату [3; 8]. Такий підхід може бути навіть виправданим із точки зору людських факторів [2].

Із метою забезпечення безпеки пілот виконує чіткі накази авіадиспетчера, хоча завжди існує людський фактор, який впливає на процес спілкування. Авіадиспетчери навчаються максимально ініціативно, не перевищуючи права командира, вибирати свій курс дій. Існує чіткий алгоритм дій, коли пілот повідомляє про серйозні проблеми: «*Do you wish to declare an emergency?*» Ви хочете оголосити надзвичайну ситуацію?». Такі фрази умовні та не містять стандартну фразеологію: «*Are you declaring an emergency* Ви оголошуєте надзвичайну ситуацію?» або навіть «*Do you want to declare an emergency*» Ви хочете оголосити надзвичайну ситуацію? Часто пілот самостійно приймає рішення, особливо у надзвичайних випадках. Інші ситуації, такі як брак палива, часто розглядаються як ситуації близькі до надзвичайних і мають різні ступені небезпеки: «*What is your approximate endurance?* Яка ваша приблизна витривалість?» – це звичайний формат запитань, коли ставиться питання про залишки палива. У випадку коли палива не вистачить для безпечного польоту до місця призначення, то використовується фраза: «*fuel emergency*». Такий випадок стався під час рейсу Avianca AVA052 поблизу Нью-Йорка 25 січня 1990 року [9]. Екіпаж не зміг донести

термінову проблему нестачі палива до авіадиспетчера, який повинен був дізнатися кількість палива і тривалість польоту. Диспетчер надав маршрут польоту та підтвердив згоду екіпажу словами, «*...Is that OK with you and your fuel...?*». Екіпаж, хоча і усвідомлював серйозність ситуації (як це показано на записах в кабіні), не зміг донести її належним чином до авіадиспетчера. Диспетчер був недостатньо активним або напоористим у питанні статусу до екіпажу, які не були носіями мови. У результаті у літака закінчилося паливо, що спричинило трагедію. Недостатній рівень володіння англійською мовою екіпажу було причиною аварії, але трагедію можна було уникнути, якби авіадиспетчер поставив уточнюючі запитання: «*What is your approximate endurance?*»

Таким чином, слід розглянути та дослідити тему запитань та уточнюючих фраз, які можна поставити та використати у випадках, подібних до описаних вище, та на прикладі проліострувати, що може зробити диспетчер, щоб визначити стан справ та інших надзвичайних ситуаціях. У випадках браку палива було б доречним підтвердити, що його достатньо, щоб дістатися до аеропорту: *The distance to (the airfield) from your present position is 25 miles which at your present speed is approximately 8 minutes. Have you got enough fuel to arrive at the airfield (or airport name, e.g., Kennedy?)*.

Очевидно, що якщо відповідь «негативна», необхідно знайти альтернативне рішення. Крім того, потрібно бути вибірковими щодо того, які форми розмовної мови використовувати, так, наприклад: *Can you reach the field?* – ще один спосіб дістати необхідну інформацію, але не носії мови можуть мати складнощі із розуміння цієї фрази. Такі мовні форми потрібно ретельно перевіряти, навіть коли вони стандартні, що використовуються диспетчерами носіями мови та пілотами, та застосовувати інші фрази, щоб забезпечити загальну розбірливість. Ще один можливий спосіб перевірки витривалості або дальності може бути таким: *The distance to the airport is 25 miles. Have you got enough fuel for 25 miles (range)? або Have you got fuel for 10 minutes flight (endurance)?*

Аварійні приземлення, як правило, є раптовими та несподіваними, тому пілот повинен швидко прийняти рішення та виконати їх. Стандартні операційні процедури перевантажують увагу пілота, часто вимагають проведення ряду перевірок для усунення несправностей, які складно виконувати і які мають відбуватися одночасно із радіомовленням. Тому авіадиспетчер повинен чітко дотримувати регламенту, передавати повідомлення невеликим обсягом та використовувати однозначні фрази та запитання. Також для уточнення та уникнення непорозумінь співрозмовники можуть застосовувати розмовну англійську мову.

Таблиця нижче можливого сценарію R / T призначена лише для ілюстрації мовних цілей і не представляє стандартних або рекомендованих процедур (табл. 1).

Наказові фрази, які використовують для надання команд та вказівок, є важливим елементом професійно орієнтованої англійської мови. Особливу увагу у дослідженнях радіомовлення привертають команди та інструкції [7, с. 10]. У змодельованих вправах з авіафахівцями 43% висловлювань були класифіковані як «інструкції» [10]. Імператив використовують у спілкуванні авіафахівців з метою спрощення, адже саме така форма не використовує часові форми, стан, число та підмет. Таким чином, уникає перевантаження повідомлень граматичними

Таблиця 1

Controller:	G-WACD. Confirm you are in an emergency descent?
	(aircraft responds affirmatively)
Controller:	G-CD. Squawk emergency 7700
	(aircraft squawks)
Controller:	G-CD. There is no conflicting traffic below you. You are free to descend at your discretion.
	aircraft acknowledges
alternative scenario	
Controller:	G-CD. Caution. You have traffic in you 12 o'clock opposite direction FL 290. Suggest you turn right 30 degrees.
	aircraft acknowledges and complies
Controller:	G-CD. Be advised: minimum safety altitude is _____
	aircraft acknowledges
Controller:	G-CD. Caution you have high ground in the vicinity up to _____ feet. Minimum safety altitude is _____ feet. QNH 1004.
	aircraft acknowledges
Controller:	G-CD. Vectors to avoid high ground are available to you if required.
	aircraft requests vectors
Controller:	G-CD. For terrain avoidance turn left heading _____

та лексичними формами. Під час передачі інформації в радіомовленні важливо ідентифікувати себе, тому із цієї причини для диспетчерів і пілотів прийнято розміщувати ідентифікаційний підмет перед імперативом:

N15Y. Turn right heading 230 degrees

Speedbird 940. Descend flight level 230

Інші поширені дієслова, що використовуються як наказова форма під час радіозв'язку: *hold, hold position, maintain, stand by, read back, acknowledge, continue.*

Команди є життєво важливою частиною мови радіотелефонії. Саме диспетчер надає команди пілоту. Це сфера, в якій мова радіообміну прийняла різні умовності та норми щоденного мовлення. У розмовній мові також використовують такі форми заборон та команд, таких як: *Do not walk on the grass!* Така форма заборони із допоміжними дієсловами рідко використовується у спілкування між пілотом і авіадиспетчером, лише у рутинних радіорозмовах. Однією із причин цього є те, що використання «do» як допоміжного дієслова вважається ускладнюючим фактором у розмові. Тому ця форма замінюється менш складними конструкціями, як у наступних прикладах:

G-CA: Descend and maintain flight level 170

G-CD: CD is descending flight level 170

Controller: CD, negative! Maintain flight level 230! Acknowledge

G-CD: CD is maintaining flight level 230

Авіадиспетчер використовує стандартну термінологію для заборон: *negative*. Слід зазначити, що вираз *negative* є частиною офіційної фразеології радіотелефонії:

Tower, CA is requesting right turn out to the TRN

CA, negative. Continue straight ahead to DME 15 before turning right

Через інтернаціоналізацію фразеології слово «*negative*» стало загальноприйнятим жаргонним словом для заборон. Використання допоміжних дієслів *do* або *did* у допитах, поширених у розмовній англійській мові, зазвичай уникають у радіообміні: *Do you require assistance?* існує тенденція до заміни, наприклад, *Confirm you require assistance* та *Do you need ...?* замінюється на *Confirm you are requesting...?*, *AJM39, confirm able immediate departure?* – стандартний офіційний перелік

затверджених форм фразеології включає слово «*confirm*», яке використовуватиметься для попередження запитів на такі дані польоту, як швидкість, висота та пункт призначення. Також для уникнення допоміжних дієслів *are* або *do* у питаннях, наприклад:

What do you want to do? – State your intentions.....

What do you need? – State your requirements.....

Where do you wish to go? – Confirm your destination...

How much fuel do you require? – Confirm (or state) quantity of fuel required

How long do you want to hold for? – State your intentions for the hold

Висновок. Мова радіотелефонії не обмежена стандартними правилами граматики англійської мови. Ця мова набула властивих для себе форм, заснованих в особливих умовах радіозв'язку повітряного руху та містить в основі фразеологію та елементи розмовної мови. Правила, якими регулюються авіаційна фразеологія, є важливим компонентом у формуванні авіаційної фразеології. Ці форми орієнтовані на забезпечення безпечної та оперативної системи управління та уникнення збоїв у системі, які можуть мати серйозні наслідки. Тому доцільно дослідити мову радіозв'язку, зокрема фразеологію, що використовується в надзвичайних ситуаціях, щоб гарантувати, що вони є ефективними та універсальними для різних мовних груп, особливо для тих, хто не є носіями мови.

Варто також зазначити, що, згідно з регламентом пілоти та диспетчери повинні використовувати стандартну фразеологію та уникали застосування розмовної мови, але на практиці ми спостерігаємо застосування розмовної англійської мови, особливо це помітно під час нестандартних ситуацій. Це підкреслює необхідність розширення підготовки авіаційних фахівців у нестандартній фразеології та розмовній мові. Важливим є рекомендації щодо того, як інтерпретувати та відреагувати на несподівану розмовну мову від диспетчера або пілота. Це дослідження доводить, що авіаційна мова та фразеологія змінюються та розвиваються залежно від потреб мовців у конкретних ситуаціях. Аналіз дозволяє зробити висновок про те, що існує потреба у проведенні подальших досліджень, які будуть визначати ефективність застосування розмовної мови у нестандартних ситуаціях.

Література:

1. Москаленко О.І. Особливості вживання лексико-граматичних структур англійської мови у фразеології радіообміну для льотного складу. *Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка*. 2014. Вип. 1.(73) С. 181–184.
2. Craig P. A. Pilot in Command. McGraw Hill Professional, 1999. P. 79.
3. Fischer U. Cultural variability in crew discourse: Final Report on Cooperative Agreement No. NCC 2-933 School of Literature, Communication and Culture Georgia Institute of Technology Atlanta, Georgia 30332-0165, 1999.
4. ICAO Manual of Radiotelephony. Doc 9432 AN/925. International Civil Aviation Organization. Montreal, 2006. 106 с.
5. ICAO Manual on the Implementation of ICAO Language proficiency Requirements Doc 9835 AN/42. Second Edition. International Civil Aviation Organization. Montreal, 2010. 149 p.
6. Kecskés I., Horn L. Explorations in Pragmatics. *Linguistic, Cultural and Intercultural Aspects*. Mouton de Gruyter, 2007. p. 200
7. Mell J., Godmet C. Communicative functions in language for aviation radiotelephony. *Ecole Nationale de L'aviation Civile*, France, 2002.
8. Mitsuomi M. K. O'Brien Fundamental Aviation Language Issues Addressed by New Proficiency Requirements. *ICAO Journal*. 2004. Volume 59, No. 1. P. 7–9, 26.
9. National Transportation Safety Board (NTSB) USA, Fuel exhaustion, Avianca. The Airline Of Columbia, Boeing 707-321 B, HK 2016, Fuel Exhaustion, Cove Neck, New York, January 25, 1990. URL : <http://www.fss.aero/accident-reports/dvdfiles/US/1990-01-25-US.pdf>.
10. Prinzo O.V., Hendrix A.M., Hendrix R. Pilot English language proficiency and the prevalence of communication problems at five U.S. Air Route Traffic Control Centers. DOT/FAA/AM-08/21. Washington, DC: Federal Aviation Administration, 2008. P. 6

Pidlubna O. Language-related communications challenges during radio communication in standard and emergency situations

Summary. The article is devoted to the problem of radio communication, the language of communication of specialists in the field of civil aviation and the use of standard phraseol-

ogy, containing elements of spoken English. This paper will attempt to present the language of air-ground communication, particularly that intended to be used in emergency or urgency situations, as a distinct grammatical system from standard English. It will not deal with phraseology as such but demonstrate the ways in which pilots and controllers can use simplification and other strategies as a means of overcoming the deficiencies in the air-ground communication environment.

This analysis of authentic exchanges between air traffic controllers and flight crew showed that the psychological component is presented by emotive sentences and plays an integral part of radiotelephony communication. The previous analysis of authentic exchanges between air traffic controllers and flight crew clearly showed that the ICAO standardized phraseology is used in all cases where it is required. Only when standardized phraseology cannot be used for the purpose of effective communication the plain English language is applied. The episodes have been analyzed according to the criteria of evident quantity of standard phraseology clusters and plain English lexis used simultaneously in the exchanges with a purpose to achieve success in communication.

The grammar of radio telephony is not constrained by the normal rules of grammar. It has acquired forms peculiar to itself based on the special conditions of the environment of air traffic communication in the controlled language of phraseology and in the professional and plain language which complements it. These forms are focused on ensuring a safe and expeditious control system and avoiding failures in the system which can have grave consequences. The paper recognises that more research needs to be done in the area of applied linguistics in the domain of air-ground communications and it is hoped that it will, in some way help to excite such research. On the basis of analysis, it is shown that the standard phraseology cannot completely foresee actions in emergency situations.

Key words: standard phraseology, pilot, air traffic controller, plain English, aviation specialist, radiotelephony, imperatives.

Пікалова А. О.,

ORCID ID: 0000-0002-9291-113X

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземної філології

КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

«ГУМОРИСТ» ЯК ТИП «ЕМОТИВНОГО-Я» ІДЕНТИЧНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ДИТЯЧОГО ПОЕТА

Анотація. Пропонована стаття фокусується на конструйованій сутності ідентичності англомовного дитячого поета. У роботі розглянуто принцип емотивного конструювання ідентичності дитячого поета. У розвідці аргументовано компоненти «емотивного-Я» ідентичності такого англомовного дитячого поета, як Джулія Дональдсон.

У статті окреслено поняття «ідентичність» та «ідентичність дитячого поета», приділено увагу науковим роботам щодо механізмів конструювання ідентичності, зокрема міждисциплінарній моделі конструювання ідентичності в інтеракції (за М. Бакхольц і К. Хол). Запропоновано методологію виокремлення компонентів «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета, що охоплює теорію «Я-концепції» (за Р. Бернсом), психобіологічну модель емотивної події (за Дж. Мануелем і М. Морілласом).

Обґрунтування принципу емотивного конструювання ідентичності дитячого поета, а саме виокремлення компонентів «емотивного-Я» ідентичності автора (когнітивні, афективні та поведінкові), здійснюється на основі аналізу інтерв'ю з Джулією Дональдсон і поетичних текстів, що призначені для дітей (загальною кількістю 81 вірш, створений за період з 2006 р. по 2017 р.). Ілюстративний матеріал охоплює збірки віршів та окремі вірші Джулії Дональдсон, що призначені для дітей різних вікових груп (від немовлят до дев'яти років).

Лінгвостилістичні особливості дитячих поетичних текстів Джулії Дональдсон, що були виявлені у процесі аналізу ілюстративного матеріалу, дають змогу диверсифікувати різні типи «емотивного-Я» ідентичності автора. У розвідці з'ясовуються особливості актуалізації таких типів, як «гуморист», «простак», «витівник», «веселун», «бешкетник», «оптиміст». Кількісне співвідношення виокремлених типів «емотивного-Я» ідентичності Джулії Дональдсон, що моделюються в дитячих поетичних текстах, діагностує «гуморист» як репрезентативний тип. Основними маркерами вербалізації цього типу в дитячих поетичних текстах авторки виявляються звуконаслідування, дієслова, дієслівні форми, іменники (здебільшого конкретні), окличні речення, повтори. Верифікація зазначеного типу засвідчує той факт, що поетичні тексти Джулії Дональдсон сприяють формуванню емоціосфери дитячої слухацької/читацької аудиторії.

Ключові слова: ідентичність, дитячий поет, Джулія Дональдсон, поетичний дискурс, дитячі поетичні тексти, емотивність, принцип емотивного конструювання, типи «емотивного-Я», «гуморист», «оптиміст», «простак», «витівник».

Постановка проблеми. У сучасній науковій парадигмі поняття «ідентичність» постає одним із ключових понять світосприйняття і світорозуміння людини. Проблема ідентичності

корелює з антропоцентричною парадигмою сучасної лінгвістики та суміжними з нею галузями знань. Ідентичність постає об'єктом дослідження як у системі мови, так і в окремих текстах і дискурсах.

З позицій сучасної лінгвістики постулюється думка про те, що ідентичність конструюється в дискурсі (Bamberg Fina & D. Schiffrin [1]; E. Versluys [2, с. 89–99]) або в інтеракції (M. Bucholtz & K. Hall [3, с. 585–614]; J. Coupland [4, с. 187–207]; P. Norris [5, с. 628–662]). Зокрема, М. Бакхольц і К. Хол пропонують модель конструювання ідентичності з урахуванням міждисциплінарних досліджень, що дає змогу аналізувати процес конструювання ідентичності якомога повніше. Автори запропонованої концепції наголошують на тому, що їх модель відкрита до поповнення принципами конструювання ідентичності [3, с. 608]. Модель конструювання ідентичності, що розроблена цими науковцями, виявляється своєчасною у дослідженні механізмів конструювання ідентичності в дискурсивній інтеракції. Наша розвідка розширює межі запропонованої концепції в аспекті конструювання ідентичності автора в дитячому поетичному дискурсі. Обмеженість наукових розвідок щодо питань дослідження ідентичності дитячих поетів обумовлює актуальність нашої роботи.

Стаття присвячена дослідженню ідентичності відомої сучасної Британської письменниці Джулії Дональдсон (Julia Donaldson), до творчого доробку якої належать поетичні твори, що призначені для дитячої читацької/слухацької аудиторії.

У роботі пропонується аналіз принципу емотивного конструювання ідентичності дитячого поета, що дає змогу виявити компоненти «емотивного-Я» ідентичності автора. Апелюючи до принципу емотивного конструювання ідентичності дитячого поета, разом з лінгвістичним аналізом ілюстративного матеріалу, що охоплює дитячі вірші Джулії Дональдсон, маємо змогу диверсифікувати типи «емотивного-Я» ідентичності автора, основним серед яких є «гуморист».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як уже зазначалося, науковці відстоюють позиції щодо конструйованої сутності ідентичності. Дотримуючись аналогічної думки, визначаємо той факт, що ідентичність автора конструюється в дитячому поетичному дискурсі, підпадає під вплив соціокультурних чинників, обумовлюється попереднім досвідом [6, с. 46; 7, с. 71].

Ця стаття є частиною дослідження, в якому проводяться спроби довести чинність запропонованої М. Бакхольц і К. Хол [3, с. 585–614] концепції щодо конструювання ідентичності дитячого поета. У процесі наукового пошуку виникла необхідність розширити межі моделі, що зумовило виокремлення інших принципів конструювання ідентичності дитячого

поета, серед яких слід назвати принцип емотивного конструювання.

Мова мотивує конструювання і вираження різних аспектів ідентичності [8, с. 18]. «Ми є тим, ким ми є через те, що ми робимо, і те, що ми робимо, є впізнаваним за тим, хто це робить» [9, с. 13–14]. Іншими словами, ідентичність конструюється «тут і зараз», конструюється діяльністю, виокремлюючи ідентичність поміж інших, тобто ідентичність визначається діяльністю, продукти якої виявляються певними маркерами, за якими здійснюється процес ідентифікації. Процес впізнавання передбачає «дію ↔ інтеракцію ↔ мислення ↔ цінності ↔ говоріння/письмо/читання» відповідним чином з відповідним підґрунтям у відповідний час і у відповідному місці. Іншими словами, об'єднати «мову, дію, інтеракцію, цінності, вірування, символи, предмети, інструменти та місця таким чином, щоб інші впізнавали нас як певний тип ідентичності, що займається певним видом діяльності тут і зараз» [9, с. 17–18].

Щодо ідентичності дитячого поета, то виникає потреба звернути увагу на врахування взаємодії ментального й емоційного аспектів людської діяльності [10, с. 15–32]. Значна частина емоційного досвіду дитини формується у дитинстві. «Вірші для них – норма людського мовлення, природне вираження їх почуттів і думок» [11, с. 180]. Поезія будує основи для соціальної адаптації та формує емоційну стійкість дитини. Діти формуються і зростають тим, що вони читають [12, с. 62]. З таких позицій стає зрозумілим, що діяльність автора дитячої поезії зумовлена необхідністю створення позитивних настанов у віршах, призначених для дітей, задля того, щоби викликати очікувану (необхідну або бажану) емоційну реакцію у читача/слухача-дитини.

У зв'язку з вищезазначеним виникає потреба звернення до «Я-концепції», ідентичності, що формується в процесі взаємодії суб'єкта з навколишнім соціальним середовищем, крім того, зумовлена наявністю попереднього досвіду та внутрішніх стимулів [13]. У структурі «Я-концепції» виокремлюють пізнавальний, афективний та поведінковий компоненти [14, с. 30]. Ці теоретико-методологічні підходи до вивчення проблеми ідентичності дають змогу констатувати конгруентність когнітивних, афективних та поведінкових компонентів «Я-концепції», що кореспондує з процесом моделювання «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета.

Дотримуємося позицій, що ідентичність дитячого поета обумовлена сукупністю ідентифікацій, отриманих у дитинстві, ідентифікацій внутрішнього досвіду. Діяльність дитячого поета має за необхідне створення таких віршів, що викликають бажаний емоційний відгук у адресата-дитини, до того ж має пропонувати зрозумілу для дитячої свідомості картину світу на основі їхніх фонових знань, життєвого досвіду та емоційсфери. На цих засадах базується моделювання «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета.

Метою статті є виявлення компонентів моделі конструювання «емотивного-Я» ідентичності Джулії Дональдсон; виокремлення типів «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета; з'ясування особливостей актуалізації «гуморист» як основного типу «емотивного-Я» ідентичності автора.

Виклад основного матеріалу. У нашій роботі дотримуємося думки про те, що ідентичність дитячого поета моделюється через «Образ Я», в якому наявні пізнавальний, афективний та поведінковий компоненти (запозичені ідеї з концепції Р. Бернса (1986 р.)).

Дж. Мануель і М. Моріллас описують «емотивний досвід як складні внутрішні події, спричинені зв'язком зі сприйняттям, відчуттями, пізнанням, індивідуальною та соціокультурною поведінкою». Науковці стверджують, що «будь-яка подія, думки та відчуття можуть бути причиною емотивної події (зоровий або слуховий досвід, пізнавальний досвід, інша емоція)». Науковці пропонують таку модель емотивної події: «візуальний досвід → почуття → думка → настрої → поведінка → більше почуттів, думок, дій, настроїв тощо» [15, с. 71].

Отже, взявши за основу, компоненти «Я-концепції» (пізнавальний, афективний та поведінковий (за Р. Бернсом (1986 р.)) і модель емотивної події (за Дж. Мануелем і М. Морілласом (2001–2002 рр.)), маємо можливості виокремити такі компоненти «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета: (C – cognition) = когнітивний, що охоплює візуальний чи аудіальний досвід, знання, переконання, мотиви, ідеї тощо; (E – emotion) = афективний, що вказує на емоційно-оцінне ставлення до знань та переконань, вбираючи в себе почуття й емоції; (A – activity) = поведінковий (поетична діяльність) як відповідна реакція на емоцію, що репрезентується в дитячих поетичних текстах автора, які створюють емоційний вплив на адресата-дитину.

Дослідження включає такі етапи. По-перше, інтерв'ю з Дж. Дональдсон були проаналізовані для опису емотивних подій з життєвого досвіду дитячого поета, що репрезентовані у віршах; по-друге, були виявлені компоненти «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон; по-третє, із застосуванням методу лінгвістичного опису й методу суцільної вибірки були визначені лінгвістично-стилістичні засоби вербалізації типів «емотивного-Я» ідентичності автора, що актуалізуються в дитячих поетичних текстах Дж. Дональдсон (загальною кількістю 81 вірш за період із 2006 по 2017 рр.); по-четверте, за допомогою кількісного аналізу визначено поняття «гуморист» як репрезентативний тип «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон.

Матеріалом дослідження слугували такі збірки віршів Джулії Дональдсон, як “Wriggle and Roar. Rhymes to Join in with” [16] для дітей віком від трьох до шести років (*Preschool Children*); “Crazy Mayonnaisy Mum” [17] для дітей вікової категорії від п'яти до дев'яти років (*Preschool Children* і *Young School-Age Children/Beginner Readers*); “Shuffle and Squelch” [18] (4–7 років); “Animal Music” [19] (4–7 років); “It's a Little Baby” [20] (1–3 роки); “There's an Owl in My Towel” [21] (1–3 роки); “Hippo Has a Hat” [22] (від немовлят до п'яти років); “Chocolate Mousse for Greedy Goose” [23] (2–5 років); “One Mole Digging a Hole” [24] (2–5 років); “Goat Goes to Playgroup” [25] (2–5 років); “Toddle Waddle” [26] (від немовлят до п'яти років).

Поетичне слово авторки звернено і до зовсім маленьких представників слухацької аудиторії, до яких належать діти віком від одного до трьох років (*Toddlers*). Так, “It's a Little Baby” [20] – це захоплива і цікава настільна книга з простим римованим текстом і чарівними ілюстраціями Ребекки Кобб (Rebecca Cobb) на білому фоні, а також з відкидними стулками (клапанамі).

За словами Дж. Дональдсон, натхненням для створення цієї книги стала її перша онука: коли їй виповнилося 10 місяців, авторка вирішила написати її першу книгу для малят, точніше кажучи, немовлят, що базувалась на всіх улюблених діях, таких

як махати, вказувати, що робила її перша онука. Онуки часто надають поету ідеї [27].

Звертаємо увагу на те, що досвід з власного життя є таким компонентом «емотивного-Я», як С (cognition) (дії маленької онуки, що викликали певні емоції та бажання написати книгу для малят, що стане першим досвідом читання). Саме бажання створити віршований текст для дитячої аудиторії як перше знайомство з читанням характеризується як компонент «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета – Е (emotion). А (activity) – поведінкова реакція на бажання, що з'явилося в авторки, – це поетичний текст “It’s a Little Baby”.

“It’s a Little Baby” – це інтерактивна книга про дії п’ятьох дітей (“It’s a little bab”у), які, ховаючись (*hiding*), поглядають (*peeping at you*), махають руками (*waving at you*), плескають у долоні (*clapping with you*), вказують (*pointing at you*) і танцюють (*dancing for you*). При цьому кожна строфа починається однаково і містить питання (“*Somebody’s hiding. I wonder who*”), потягнувши за стулку (клапан), малеча може дізнатися відповідь. Персонажі-діти кожного разу тричі запитують, чи може слухач-малеча швидко споглядати, закриваючи і відкриваючи долонями очі (“*Can you peep?*”), вказувати (“*Can you point?*”), махати руками (“*Can you wave?*”), плескати у долоні (“*Can you clap?*”) і танцювати (“*Can you dance?*”), що, безперечно, викликає бажання у маленьких слухачів приєднатися. Це бажання підсилюється вербально закликком повторювати (“*It’s your turn!*”).

Простота поетичного мовлення вербалізується за допомогою дієслів на позначення рухової діяльності (*peep, point, clap, dance*), простих речень, окличних речень і повторів, що є основними ознаками віршів, призначених для дітей зазначеної вікової категорії (*Toddlers*). Цей вірш невеликий за обсягом і містить обмежену кількість слів, що відповідає психофізіологічним особливостям дітей віком від одного року до трьох.

“There’s an Owl in My Towel” [21] – це одна книга Дж. Дональдсон для дітей віком від одного до трьох років такого ж формату, як і “It’s a Little Baby” (з клапанами/стулками). Авторка зазначає, що натхненням для створення цієї дитячої поезії стала її онука Поппі (Poppy), що мала рушник із малюнком сови на ньому [27]. Цей факт свідчить про актуалізацію компонентів «емотивного-Я» ідентичності поета: С (cognition) – зображення сови на рушнику маленької онуки (візуальний досвід) → Е (emotion) – емоційно-оцінне відношення до побаченого, що, очевидно, стало своєрідним поштовхом для створення поетичного тексту, оскільки виникла ідея написати дитячий вірш → А (activity) – створення дитячої поезії у форматі *lift-the-flap fun* (книга з клапанами).

Аналізований вище вірш невеликий за обсягом. Серед лексичних характеристик слід назвати іменники з конкретним значенням (*chair, bowl, pram, towel, bed*), назви іграшок (*teddy bear*), зооніми (*hare, mole, lamb, owl*), дієслова на позначення рухової діяльності, а саме ті дії, які для дітей від одного до трьох років є основними видами їх діяльності (*sit, eat, go out, have a bath, go to bed, hop, run, skip, cuddle*). Синтаксис поетичного мовлення характеризується простими окличними реченнями, що мають однакову будову: зворот *there’s* + зоонім + місце перебування тварини. Серед стилістичних фігур репрезентовані повтори питальних речень (“*Can you...hop like a hare? / ... run like a mole? / ...*”), що активізують малят до активних дій. Вони викликають позитивні емоції, оскільки діти

цієї вікової категорії отримують радість і задоволення від рухів, бо саме такий вид діяльності виявляється їх першим життєвим досвідом.

Вищезазначене доводить той факт, що авторська майстерність полягає у виключному вмінні створювати одночасно прості і короткі, але ефективні поетичні тексти для найменших слухачів, що впливають на емоціосферу малят.

Отже, щодо ідентичності дитячого поета, конструйованій у дискурсі, маємо підстави для виокремлення поняття «простака» як типу «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон.

У творчому доробку Дж. Дональдсон є римований твір для малят “Toddle Waddle” [26], що репрезентує авторську майстерність у доборі та римованому оформленні дієслів і звуконаслідувань, що імітують різноманітні звуки. У цьому вірші, окрім «простака», репрезентується інший тип «емотивного-Я» ідентичності поета, а саме «веселун», оскільки звуконаслідування, що вербалізуються у тексті, асоціюються з витівкою і веселощами. Дітям властиво щось постійно витівати, пізнаючи світ, вони із задоволенням веселяться і радіють, поповнюючи власний життєвий досвід.

У вірші “Buttons” [18, с. 10] також репрезентується «веселун» як тип «емотивного-Я». У ненав’язливій і веселій формі різноманітні гудзики від одягу (*coat, shirt, cardigan, skirt*), що по-різному тримаються, і всілякі кнопки різної форми репрезентовані в текстовому просторі вірша, що забезпечує легкість дитячого сприйняття. Окрім того, в останніх рядках вірша “Buttons” актуалізується інший тип «емотивного-Я», а саме «гуморист». Цей тип вербалізується за допомогою порівняння (“*But if you’re a bit like me / Then I’m sure you will agree*”) і визнання улюбленого дитячого виду солодоців, а саме шоколаду (“*that chocolate button*”), найкращим (*the best*).

У вірші “Two Feet” моделюється «веселун» як тип «емотивного-Я» ідентичності автора. Маркерами репрезентації зазначеного типу є дієслова (*leap, jump*) та дієслівні форми з *-ing* (*tapping, dancing, creeping, landing, stamping, running*) [16, с. 32–33]. До того ж повтори *two feet* і *left/right* мають певне емоційне навантаження, підсилюючи почуття радості і веселощів.

Зазначений тип конструюється в деяких інших дитячих поетичних текстах Дж. Дональдсон. Однак «веселун» зазвичай моделюється у віршах авторки, де реалізується такий тип «емотивного-Я», як «витівник». Оскільки якщо щось витівается, то це може бути весело. Так, у вірші “Shuffle and Squelch” [18, с. 4] «веселун» і «витівник» вербалізуються за допомогою дієслів на позначення рухової активності, що діти люблять робити надворі у різні пори року («витівник»: *in spring – squelch in the mud*; «веселун»: *in summer – dance in the sun*; «витівник»: *in autumn – shuffle in the leaves, in winter – sliding on the ice*). До того ж використання особового займенника першої особи множини *we* свідчить про наближення адресанта-дорослого до адресата-дитини, про репрезентацію прагматичної ролі поета «дитина». Наказовий спосіб (“*Wellies on, let’s brave the mud*”) підкріплює реалізацію цієї ролі, бо поет закликає робити речі, які роблять лише діти. Актуалізація типу «витівник» найяскравіше представлена за допомогою повторів дій, що підсилюються стверджувальною часткою *yes*: “*We’ll go dancing about, dancing about, / dancing about in the sun, / Yes, we’ll go dancing about, dancing about, / dancing about in the sun*” (те ж стосується інших дій).

Розмежування мовно-стилістичних засобів вербалізації таких типів «емотивного-Я», як «веселун» і «витівник», ускладняється їх спільною конотацією.

У вірші “Toenails” реалізується такий тип «емотивного-Я», як «витівник», оскільки діти копіюють батьків, зокрема дівчатка хочуть, щоб їх нігті були пофарбованими, як у матусь. Саме тому вони використовують фломастери: “*One, two, three, four, five, six, seven, / Eight, nine, ten. / I’ve coloured all my toenails with a / Felt-tipped pen*” [16, с. 9]. «Витівник» вербалізується за допомогою кількісних числівників від одного до десяти (що відповідає кількості нігтів як на руках, так і на ногах) і дієслова *colour*.

«Витівник» як тип «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон реалізується у вірші “Coming Downstairs” [17, с. 62]. Головний персонаж, а саме дитина, розповідає, яким чином усі члени родини пересуваються по сходах у домі. Вірш містить лише 8 рядків, зазначений тип вербалізується в останньому рядку за допомогою дієслів. По-перше, за допомогою заперечної форми дієслова з прийменником *come down*, що міститься у реченні з протиставним сполучником *but* (“*But I don’t come downstairs at all*”). Значення заперечення підсилюється виразом *at all*. По-друге, за допомогою дієслова з прийменником *slide down* (“*I slide down the banisters*”).

У проаналізованому вище прикладі модифікується інший тип «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета, а саме «гуморист», оскільки з гумором описується хода усіх членів родини (*father, sister, baby, brother, mum, cat, Granny*) по сходах. При цьому арсенал мовних засобів, що реалізують зазначений тип, досить різноманітний. «Гуморист» вербалізується за допомогою дієслів, дієслів з прийменниками, дієслівних форм з *-ing* (participle), дієслівних конструкцій, іменникових словосполучень, порівнянь, звуконаслідувань (*come plodding down, thump, run down half a flight, take a flying jump, come down backwards, a slithering kind of crawl, trip, a nasty fall, come at the gallop, sound like a horse, a padding sound, one step at a time*).

Однією з характерних рис дитячих поетичних текстів Дж. Дональдсон виявляється їх гумористичне звучання. Гумор авторських поезій «м’який» по відношенню до головних персонажів, відображає смішні ситуації, у яких опиняються діти.

Відповідно до словникових дефініцій, поняття «гумор» розуміють так: «доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді; сказане чи зроблене для розваги, сміху; дотеп, витівка» [28, с. 194]; «доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, здатність помічати смішний бік речей, уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді» [29, с. 161–162]; «якість у чомусь, що робить це веселим; спосіб, у який певна людина або група знаходить конкретні речі кумедними; здатність розуміти або отримувати насолоду від забавних ситуацій чи сміятися над певними речами» [30, с. 698].

У вірші “Santa Claws” [17, с. 12] поетка використовує принцип антропоморфізму, оскільки хоча головний персонаж твору не називається одразу (лише в останньому рядку), проте з тексту стає зрозумілим, що це кіт. Він завжди щось витіває (“*When all I did was climb a tree*”), бешкетує (“*And bat a shiny silver ball*”), не розуміє, чому його сварять (“*I don’t know why they’re blaming me / ... / scream and shout / And turn me out and shut the door*”), пояснюючи, що все це він робить ненавмисно (“*How*

could I know the tree would fall? / And when those silly light went out”). Головний персонаж вірша дуже засмучений, що його ніхто не любить (“*Now no one loves me any more*”), але ненадовго. Опинившись на кухні (“*I’m in the kitchen by myself. / But wait! What’s on that high-up shelf?*”), він одразу бачить індичку високо на полиці (“*A lovely turkey, big and fat!*”). Кіт доходить висновків, що його люблять (“*How nice! They do still love their cat*”), що актуалізує гумористичне звучання вірша.

У наведеному прикладі одразу конструюються декілька типів «емотивного-Я» ідентичності поета, а саме «витівник», «бешкетник», «гуморист». Виокремлені типи вербалізуються здебільшого за допомогою дієслівної лексики: «витівник» (*climb*), «бешкетник» (*bat, fall, go out, blame, scream, shout, turn out, shut*), «гуморист» (*wait, love*). Також «гуморист» вербалізується на синтаксичному рівні за допомогою окличних конструкцій, однією з яких є імперативне речення (“*But wait!*”), а іншою – окличне речення з *how* (“*How nice!*”).

У вірші “Cat Envy” реалізується «гуморист» як тип «емотивного-Я» ідентичності поета. Головний персонаж твору (дитина) заздрить домашньому улюбленцю (“*No wonder she can sleep like that. / I sometimes wish I was the cat*”), а саме кішці, що вона може спокійно спати (“*The cat is sleeping on my bed. / She’s lucky she can sleep*”), при цьому дає себе попестити (“*She sometimes gives herself a groom*”), але ніхто не примушує її прибирати кімнату (“*But no one makes her clean her room*”), її не будять (“*And no one’s going to wake her up*”), не вимагають принести порожню чашку (“*And yell, ‘Bring down that empty cup!’*”), не підганяють, щоб не запізнитися до школи (“*Or, ‘If you don’t get moving you’ll / Be twenty minutes late for school!’*”). Зазначений тип вербалізується за допомогою неозначеного займенника (*no one*) дієслів у складі заперечних або імперативних синтаксичних конструкцій, дієслівних словосполучень. Окрім типу «гуморист», у вірші реалізується такий тип «емотивного-Я», як «фантазер», що вербалізується за допомогою дієслова *wish* у складі умовного речення на позначення нереальних фактів або подій.

Іншим прикладом репрезентації типу «гуморист» як типу «емотивного-Я» є вірш “Sniff, sniff, sniff” [16, с. 22–23]. У вірші розповідається про те, як можна визначити, що продукти зіпсувалися. Наприклад, можна понюхати: сир із цвіллю, який виглядає наче йому 100 років (“*A lump of cheese all covered in mould, / Looking about a hundred years old*”); неприємний, запліснявілий, гнилий овоч (“*A nasty, mouldy, rotten old veg, / Soggy inside and fluffy round the edge*”). До списку зіпсованих продуктів, що мають неприємний запах, додається пара брудних носків, що десь поруч біля пральної машини (“*Sniff, sniff, sniff. / What can you sniff? / A pair of socks that never have been / Anywhere near a washing machine, / That’s what I can sniff*”). Стає зрозумілим, що вони також мають неприємний запах. Отже, з тонким гумором поет натякає, що брудні речі варто складати до пральної машини, щоб можна було вчасно попраати, а не десь поруч, бо тоді може відчуватися неприємний запах.

У вірші “Finger and Thumbs” [17, с. 74] головний персонаж-дитина дає опис окремих пальців кожного члена родини, при цьому даючи пояснення (“*Mum’s ring finger has a ring on it / Because she likes Dad*”). Нарешті, в останніх двох рядках дитина описує власні пальці, точніше нігті, що досить брудні (“*And my fingernails all have dirt under them / Because dirt likes me*”). У цих рядках актуалізується поняття «гуморист».



Рис. 1. Кількісні підрахунки типів «емотивного-Я» ідентичності Джулії Дональдсон в дитячому поетичному дискурсі

Поетичні тексти Дж. Дональдсон сповнені оптимістичним звучанням, що відповідає природній сутності дітей бути радісними, веселими і щасливими. Так, увесь текст вірша “Handy Work” [16, с. 26–27] репрезентує рухову діяльність, що є типовою для дитини (“One, two, / What can you do? / We can ... / Stroke a cat, / Put on a hat, / Shake your hand, / Dig in the sand”). Такий тип «емотивного-Я», як «оптиміст», вербалізується у цьому вірші за допомогою дієслів на позначення рухової діяльності.

Результати аналізу дитячих поетичних текстів Дж. Дональдсон обумовлюють виокремлення не лише поняття «гуморист» як типу «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета, але й інших типів, що актуалізуються у віршах авторки. Отримані дані дають змогу встановити співвідношення таких типів «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон у дитячому поетичному дискурсі, як «гуморист», «оптиміст», «веселун» «витівник», «бешкетник», «простак» «жартівник», «фантазер», «лірик», «песиміст», «кардіоцентрик», «моралізатор», «мрійник», «казкар», «ентузіаст», «застережник», «налякувач», «егоцентрик», «сатирик».

Діаграма, що наведена нижче (рис. 1), пропонує візуальне уявлення кількісної кореляції типів «емотивного-Я» ідентичності Дж. Дональдсон як дитячого поета. Відповідно до кількісних показників, репрезентативним типом «емотивного-Я» ідентичності автора виявляється «гуморист». Гумористичне звучання дитячих віршів Дж. Дональдсон виявляється основним прийомом авторського стилю, оскільки гумор має значення усього, що «викликає сміх» [31, с. 344], «взагалі сміх і почуття смішного» [32, с. 173]. Таким чином, стає зрозумілим, що поетичні тексти Дж. Дональдсон сприяють формуванню емоційсфери дітей.

Щодо лінгвостилістичних особливостей вербалізації «гуморист» як репрезентативного типу «емотивного-Я», то типовими виявляються звуконаслідування, дієслова, дієслівні форми, іменники (найчастіше уживаними є конкретні), прості речення, окличні й заперечні синтаксичні конструкції, повтори.

Висновки. Результати проведеного дослідження засвідчують той факт, що життєві події, досвід, знання, цілі й мотиви автора виявляються поштовхом для репрезентації емоцій у дитячому поетичному дискурсі задля того, щоби викликати необхідну емоційну реакцію в адресата. Це засвідчує конструйовану сутність ідентичності автора в дитячому поетичному дискурсі, зокрема принцип емотивного конструювання ідентичності поета. Відповідно до принципу емотивного конструювання ідентичності Дж. Дональдсон, виявлені компоненти моделювання типів «емотивного-Я» ідентичності поета в дискурсі (когнітивні, афективні й поведінкові). Аналіз ілюстративного матеріалу, що охоплює поетичні тексти Дж. Дональдсон (загальною кількістю 81 вірш), що призначені для дитячої читацької/слухачької аудиторії, зумовлює виокремлення різних типів «емотивного-Я» ідентичності автора. Кількісні підрахунки засвідчують, що репрезентативним типом виявляється «гуморист».

У зв'язку з вищезазначеним стає очевидним, що виокремлені типи «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета потребують їх подальшого висвітлення.

Література:

1. Bamberg M., Fina De A., Schiffrin D. Discourse and Identity Construction. *Handbook of Identity Theory and Research* / eds. S.J. Schwartz et al. New York : Springer Science+Business Media, LLC, 2011. 998 p.
2. Versluys E. The Notion of Identity in Discourse Analysis: Some Discourse Analytical Remarks. *International Tidsskrift for Sprog og Kommunikation*. 2007. Vol. 26. P. 89–99.
3. Bucholtz M., Hall K. Identity and Interaction: a Sociocultural Linguistic Approach. *Discourse Studies*. London : SAGE Publications, 2005. Vol. 7 (4–5). P. 585–614.
4. Coupland J. Dating Advertisements: Discourses of the Commodified Self. *Discourse and Society*. 1996. № 7. P. 187–207.
5. Norris P. Political Activism: New Challenges, New Opportunities. *The Oxford Handbook of Comparative Politics* / eds. C. Boix, S. Stokes. Oxford : Oxford University Press, 2007. P. 628–662.

6. Пікалова А.О. Актуалізація мовностилістичних особливостей англомовних дитячих поетичних текстів відповідно до вікової категоризації. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2018. Т. 29 (68). № 1. С. 42–47.
7. Пікалова А.О. «Казкар» як тип «емотивного-Я» ідентичності дитячого поета. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація»*. 2019. Вип. 2. С. 69–78.
8. Rubin D.L. Introduction: Composing Social Identity. *Composing Social Identity in Written Language* / eds. D. Rubin. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1995. P. 1–30.
9. Gee J.P. An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method. London : Routledge, 1999. 176 p.
10. Foolen A. The Expressive Function of Language: Towards a Cognitive Semantic Approach. *The Language of Emotions. Conceptualization, Expression, and Theoretical Foundation*. Amsterdam/Philadelphia, 1997. P. 15–32.
11. Чуковский К.И. От двух до пяти. Москва : КДУ, 2005. 400 с.
12. Ngugi Y. Pamela Children's Literature Research in Kenyan Universities: Where are We Now? *International Journal of Arts and Commerce*. 2012. Vol. 1. No. 2. P. 60–77.
13. Rogers C. On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy. New York : Houghton Mifflin Company, 1995. 420 p.
14. Бернс Р. Развитие «Я-концепции» и воспитание / пер. с англ. и общ. ред. В.Я. Пилиповский. Москва : Прогресс, 1986. 420 с.
15. Manuel J., Morillas M. Extensionalist Semantics, Cognitive Linguistics and Emotion Expressions. *AngloGermanica Online*. 2001–2002. № 1. P. 69–76.
16. Donaldson J. Wriggle and Roar. Rhymes to Join in with. London : MacMillan Children's Book, 2015. 32 p.
17. Donaldson J. Crazy Mayonnaisy Mum. London : MacMillan Children's Book, 2015. 113 p.
18. Donaldson J. Shuffle and Squelch. London : MacMillan Children's Book, 2017. 32 p.
19. Donaldson J. Animal Music. London : MacMillan Children's Book, 2013. 24 p.
20. Donaldson J. It's a Little Baby. London : Macmillan Children's Books, 2016. 12 p.
21. Donaldson J. There's an Owl in My Towel. London : Macmillan Children's Books, 2016. 12 p.
22. Donaldson J. Hippo Has a Hat. London : MacMillan Children's Book, 2006. 24 p.
23. Donaldson J. Chocolate Mousse for Greedy Goose. London : MacMillan Children's Book, 2006. 24 p.
24. Donaldson J. One Mole Digging a Hole. London : MacMillan Children's Book, 2008. 22 p.
25. Donaldson J. Goat Goes to Playgroup. London : MacMillan Children's Book, 2014. 24 p.
26. Donaldson J. Toddle Waddle. London : MacMillan Children's Book, 2015. 24 p.
27. Wootton K. Julia Donaldson: My Grandchildren Inspire Me. *Pressreader.com*. Retrieved August 15, 2020. URL: <https://www.pressreader.com/uk/yours-uk/20170829/285177243390163>.
28. Словник української мови : в 11 т. / редкол.: І.К. Білодід (голова) та ін.; Академія наук Української РСР, Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні. Київ : Наук. думка, 1971. Т. 2. 550 с.
29. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
30. Summers D. Longman Dictionary of Contemporary English. (3d). Longman Publishing, 2000. 1668 p.
31. A Dictionary of Literary Terms and Literary Theory / ed. J.A. Cuddon. 5th ed. Oxford : Wiley-Blackwell, 2013. 803 p.
32. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва, В.І. Теремко. Київ : Видавничий центр «Академія», 2007. 752 с.

Pikalova A. “Humorist” as a type of “Emotive-I” of the identity of the English- language children’s poet

Summary. The proposed article focuses on the constructed essence of the identity of the English-language children’s poet. The paper considers the principle of emotive construction of the identity of the children’s poet. The research argues the components of the “emotive-I” of the identity of such an English- language children’s poet as Julia Donaldson.

The article describes the concepts “identity” and “identity of the children’s poet”, pays attention to scientific researches on the mechanisms of constructing the identity, in particular the interdisciplinary model of constructing the identity in the interaction (proposed by M. Bacholtz and K. Hall). The methodology of distinguishing the components of the “emotive-I” of the identity of the children’s poet’s is proposed in the article. This methodology refers to the theory of the “I-concept” (according to R. Burns), the psycho-biological model of the emotive event (according to J. Manuel and M. Morillas).

The interpretation of the principle of emotive construction of the identity of the children’s poet’s, in particular distinguishing the components of the “emotive-I” of the author’s identity (cognitive, affective and behavioral), is based on the analysis of the interviews with Julia Donaldson and poetic texts for children (the total amount is 81 verses; created from 2006 till 2017). The illustrative material includes the collections of poems and the poems by Julia Donaldson, written for children of different ages (infants, toddlers, preschool children, young school-age children/beginner readers).

The linguistic and stylistic features of the children’s poetic texts by Julia Donaldson’s were discovered in the process of analyzing the illustrative material. This analysis allows to reveal the different types of “emotive-I” of the author’s identity. The paper detects the peculiarities of the actualization of “humorist”, “ingenuous”, “prankster”, “merry-maker”, “mischiefier”, “optimist” and the other types. The quantitative correlation of the distinguished types of the “emotive-I” of Julia Donaldson’s identity, constructed in the children’s poetic texts, determines the “humorist” as a representative type. The main markers of the verbalization of this type in the children’s poetic texts are sound imitations, verbs, verb forms, nouns (mostly concrete), exclamatory sentences, repetitions. Verification of this type testifies to the fact that Julia Donaldson’s poetic texts contribute to the formation of the emotional sphere of children’s listening/reading audience.

Key words: identity, children’s poet, Julia Donaldson, poetic discourse, children’s poetic texts, emotiveness, principle of emotive constructing, types of “emotive-I”, “humorist”, “optimist”, “ingenuous”, “prankster”.

Полонская И. П.,

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков
экономического факультета

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

КОНВЕРСИЯ И СОКРАЩЕНИЕ КАК СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ПРОИЗВОДНЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Анотація. У статті розглядаються конверсія та різні види скорочення як способи словотворення у сучасній англійській мові. Конверсія є способом утворення нового слова без жодних матеріальних змін форми твірного слова. Фактичний матеріал включає наступні конверсійні пари: іменник – дієслово (*adult*, *Zoom/zoom*), прикметник – дієслово (*foolproof*, *bear-proof*), вигук – дієслово (*LOL*), іменник – вигук (*jinx*). Оскільки вигуки не мають власного лексичного значення і тому стоять окремо від повнозначних частин мови, цікавими є приклади інтер'єктивності, тобто переходу інших частин мови у вигуки, а також зворотний процес конверсії вигуків у повнозначні частини мови. Скорочення є спосіб утворення нового слова шляхом редукції форми твірного слова. Розглянуто такі види скорочень, як усічення, аббревіація, блендінг, редеривація. Нові слова створюються за допомогою усічення як фінального компонента твірного слова (*tat – tattoo*), так і ініціального (*bop – bebop*). Слід зауважити, що серед апокопів є приклад і графічного усічення (*edit. – edition*). Як правило, семантика складного усіченого слова дорівнює семантиці твірного слова (*dashcam – dashboard camera*). У ході дослідження встановлено, що усічення може застосовуватися для утворення абсолютно нових складних слів, що не мають семантично еквівалентних первинних складних слів (*Vo-Tech/vo-tech* (noun) [clipping of *vocational* (adjective)+ *technical* (adjective) – in the United States and Canada: a high school specializing in vocational training and technical education]). Наступний вид скорочення, аббревіація, представлений ініціалізмами і акронімами. Нами виділено декілька видів комбінованих аббревіатур: 1) поєднання ініціалізму та акроніму (*CPAP*), 2) комбінація ініціалізму з другим повним елементом складного слова (*R number*), 3) комбінування ініціалізму з усіченими елементами складного слова (*COVID/Covid*), 4) сполучення ініціалізму з числом (*C-19*). До лінгвістичних факторів створення блендів відносимо накладання (*schlockey* (noun) [blend of *schlocky* (adjective) and *hockey* (noun)]) та аналогію (бленд *Kollywood* утворено за аналогією з блендом *Bollywood*). Блендінг часто базується на каламбурі (*shero*, *schlockey*), він має великий лінгвокреативний потенціал. Зворотнє словотворення представлено десуфіксацією (*tat-tatting*, *swag-swagger*) і є найменш поширеним серед усіх вищезазначених способів утворення нових слів.

Ключові слова: конверсія, усічення, аббревіація, блендінг, редеривація.

Постановка проблеми. Настоящая статья посвящена исследованию конверсии и сокращения как способов словообразования в современном английском языке. Изучаются

новые слова, вошедшие в Оксфордский словарь английского языка (the Oxford English Dictionary) в 2020 году.

Анализ последних достижений и публикаций. Конверсивному словообразованию и различным видам сокращений уделяется большое внимание в современной лингвистической литературе, они являются объектом исследования таких отечественных и зарубежных учёных, как А.Р. Бездитко [1], К.М. Вашист [2], С.М. Кришталь [3], Bogdan Szymanek [8], Ingo Plag [7], Laurie Bauer [4], Richard Nordquist [6], Rochelle Lieber [5] и др.

Цель статьи – рассмотреть способы образования производных слов как без изменения формы производящего слова (конверсия), так и путём её редукции (сокращение).

Изложение основного материала. Конверсия представляет собой одну из разновидностей транспозиции, т.е. перехода одной части речи в другую часть речи. Конверсия является безаффиксальным способом словообразования, при котором производное слово, принадлежащее к одной части речи, образуется от производящего слова другой части речи без каких-либо изменений во внешней форме слова. Иными словами, при конверсии мы имеем так называемую омонимию форм. Конверсия, или нулевая деривация является характерной чертой английской словообразовательной системы в силу аналитического строя английского языка.

Существуют различные модели конверсии. Фактический материал позволил выделить следующие конверсионные пары: существительное-глагол, прилагательное-глагол, междометие-глагол, существительное-междометие. Приведём примеры.

Noun-----Verb

adult (verb) – to carry out the mundane or everyday tasks that are a necessary part of adult life

Zoom/zoom (verb) – to communicate with (a person or group of people) over the internet, typically by video-chatting, using the Zoom application

[Zoom (noun) – a brand name for computer software that allows a group of two or more people to see and talk to each other over the internet using their computers, tablets, or smartphones]

Как видим, переходить в глаголы могут как нарицательные имена существительные, так и собственные.

Adjective-----Verb

foolproof (verb) (transitive) – to make something foolproof; to make something so straightforward or reliable as to leave little room for error

bear-proof (verb) (transitive) – to make (a rubbish bin, structure etc.) bear-proof

Interjection-----Verb**LOL** (verb) – to laugh out loud; to be amused

Местоимения – слова, лишённые номинативного значения. Они не относятся ни к одной из знаменательных частей речи. Последний пример демонстрирует редкие случаи перехода деноминативно «пустого» местоимения в знаменательную часть речи.

Noun-----Interjection

jinx (interjection) – originally and chiefly in children's speech: an exclamation used after two people utter the same word or phrase at the same moment

Следует отметить, что при переходе знаменательных частей речи в междометия утрачивается их лексическое значение и грамматические свойства, поскольку междометия – это неизменяемые слова, которые выражают, но не называют эмоции или волеизъявления.

Анализ фактического материала позволяет сделать вывод о том, что разные части речи отличаются степенью конверсивной активности, хотя потенциально конверсия не имеет ограничений касательно частей речи. Как видим, конверсия является наиболее распространённым способом образования глаголов в современном английском языке. Глаголы могут быть образованы из существительных, прилагательных и наречий.

Если учитывать принадлежность производного слова к определённой части речи, то случаи конверсии, которые содержит фактический материал, можно разделить на следующие виды: вербализацию (переход различных частей речи в глаголы) и интеръективацию (переход различных частей речи в междометия).

Сокращение. Если при конверсии образование производного слова происходит без изменения формы производящего слова, то при сокращении наблюдается её редукция. Новые слова образуются при помощи таких видов сокращений, как усечение, аббревиация, блендинг и редеривация. Рассмотрим каждый вид отдельно.

Усечение – безаффиксальный способ словообразования, основанный на сокращении производящей основы. Исходя из позиции усечённого компонента среди усечённых слов выделяются апокопы и афрезы.

Апокопы – образования, созданные за счёт финального усечения, т.е. опускания одного либо нескольких последних слогов: **tat** (noun, informal) [clipping of **tattoo**]

Подвидом апокопа являются графические усечения, которые существуют только в письменной речи и у которых опущенные буквы или слоги могут обозначаться графически при помощи точки. Иными словами, в графических апокопах точка является знаком усечения. Приведем пример графического усечения:

edit. (noun) [clipping of **edition**]

Данное графическое усечение читается так же, как и исходная неусечённая форма, т.е. в устной форме используется соответствующая полная форма.

Афрезы создаются за счёт инициального усечения, опускания одного или нескольких слогов в начале слова:

bop (noun) [clipping of **bebop**] – a type of jazz originating in the 1940s and characterized by complex harmony and rhythms; it is associated particularly with Charlie Parker, Thelonious Monk, and Dizzy Gillespie

По структуре все усечённые слова можно разделить на следующие две группы: 1) простые (односложные и двусложные слова, образованные с помощью усечения одного слова: **agric** contraction of **agricultural**) и 2) сложные (слова, образованные

либо посредством соединения двух усечённых слов: **dashcam** contraction of **dashboard camera** – a camera that is attached to a car's dashboard (= the part that contains some of the controls used for driving and the devices for measuring speed and distance) in order to record what is happening on the road that the car is driving along, либо одного полного слова и другого усечённого: **codman** contraction of a **cod fisherman**).

В приведенных выше примерах семантика дериватов равна семантике производящих слов. В ходе анализа фактического материала выявлено, что усечение может применяться и для образования абсолютно новых сложных слов:

Vo-Tech/vo-tech 1 (noun) [clipping of **vocational** (adjective)+ **technical** (adjective)] – in the United States and Canada: a high school specializing in vocational training and technical education;

2) (adjective) – belonging or relating to such a school.

В данном случае новое сложное усечённое слово не имеет семантически эквивалентного ему исходного сложного слова. Как правило, в результате усечения производятся новые слова той же части речи, но, как видим, бывают и исключения.

Необходимо отметить, что продуктивность перечисленных видов усечения различна. Преобладает простое финальное усечение. Среди простых и сложных усечённых слов преобладают имена существительные.

Аббревиация – сокращение исходной единицы до начального компонента. Аббревиатуры образуются либо из названий начальных букв (инициализмы), либо из начальных звуков слов (акронимы).

Анализ фактического материала позволил выделить следующие способы образования инициализмов:

1) от каждого слова исходного словосочетания берётся алфавитное название начальной буквы:

KPI – key performance indicator;

WIP – work in progress;

CFR – case fatality rate/ratio;

TSR – travelling stock route/road;

2) название начальной буквы берётся от части исходного сложного слова

CV – coronavirus;

3) алфавитное название начальной буквы берётся одновременно от отдельного слова и от части сложного слова

MBI – management buy-in;

HDPE – high density polyethylene;

LDPE – low density polyethylene.

Что касается акронимических сокращений, которые читаются как последовательность звуков по правилам орфоэпии, то они образуются двумя способами:

1) от каждого слова исходного словосочетания берётся начальный звук:

MERS – Middle East respiratory syndrome (an acute infectious disease caused by a coronavirus, usually presenting with fever and cough, and in a significant proportion of cases progressing to pneumonia, respiratory and renal failure, and death);

2) начальный звук берётся одновременно от отдельного слова и от части сложного слова:

BOLO – be on the lookout (typically in police use, referring to a suspected criminal or missing person);

PEP – post-exposure prophylaxis.

В результате исследования нами выделены несколько видов комбинированных аббревиатур:

1) соединение инициализма и акронима (буквенно-звуковая аббревиатура):

CPAP – continuous positive airway pressure;

2) комбинация инициализма с другим полным элементом сложного слова.

R number (noun) [shortening of reproduction number (noun) or reproductive number (noun)] – the average number of cases of an infectious disease arising by transmission from a single infected individual.

V-card (noun, colloquial, originally and chiefly U.S.) [shortening of virgin (noun) or virginity (noun) + card (noun)] – the metaphor is variously explained as having reference to a membership card, an identity card, or a loyalty or discount card.

b-day (noun) – birthday;

3) комбинирование инициализма с усечёнными элементами сложного слова:

COVID/Covid – coronavirus disease;

4) сочетание инициализма с числом;

C-19 – Covid-19.

Следует отметить, что создание новых аббревиатур нередко приводит к омонимии в аббревиации. Например, новая инициальная аббревиатура *CV* (coronavirus), вошедшая в Оксфордский словарь английского языка в 1920 году, омонимична инициализму *CV* (*curriculum vitae*), смешанная аббревиатура *UFO* (*unfinished object*), которая одновременно является и инициализмом, и акронимом, и которая также вошла в указанный словарь в 2020 году, омонимична смешанной аббревиатуре *UFO* (*unidentified flying object*).

Блендинг – это создание нового слова либо путём соединения двух сокращённых слов, либо одного полного и другого сокращённого. Бленды образуются:

1) путём соединения полного первого слова и инициально сокращённого второго слова:

hellscape (noun) [blend of **hell** and **landscape**] – an unpleasant place or scene;

2) путём соединения финально сокращённого первого слова и инициально сокращённого второго слова с обязательным наложением букв или звуков в месте их соединения:

humidex (noun) [blend of **humidity** and **index**] (Canadian) – a measure indicating the level of discomfort the average person is thought to experience as a result of the combined effects of the temperature and humidity of the air;

craftnoon (noun) [blend of **craft** (noun) and **afternoon** (noun)] – an afternoon spent making objects by hand, esp. practical or decorative items for use in the home; a social gathering or event of this type;

craftivist (noun) [blend of **craft** (noun) and **activist** (adjective)] – a person who creates and displays handmade objects, esp. items incorporating knitted or sewn text or imagery, to promote a political message or raise awareness of a social issue;

anecdota (noun) [blend of **anecdotal** (adjective) and **data** (noun)] – information or evidence based on reports of individual cases rather than systematic research or analysis; anecdotal evidence;

kitchenalia (noun) [blend of **kitchen** (noun) and **paraphernalia** (noun)] – cooking utensils and other items associated with the kitchen, regarded collectively, esp. as collective itemsю.

Заметим, что наложение, т.е. графическое либо фонетическое сходство отдельных элементов производящих слов, является одним из лингвистических факторов образования блендов.

К лингвистическим факторам также следует отнести аналогию (например, бленд *Kollywood* образован по аналогии с блендом *Bollywood*):

Kollywood (noun) [blend of **Kodambakkam** and **Hollywood**, on the pattern of **Bollywood**] – the Tamil-language film industry, based in the Kodambakkam neighbourhood of Chennai (Madras) in the Indian state Tamil Nadu.

Часто создание блендов основывается на каламбуре, т.е. игре слов. Приведём примеры:

schlockey (noun) [punning blend of **schlocky** (adjective) and **hockey** (noun)] – a two-player game, typically played outdoors, in which participants use a stick to push a disc or puck through an open-top box which has been divided into compartments to resemble a hockey pitch;

shero (noun, colloquial, originally and chiefly U.S.) [blend of **she** (pronoun) and **hero** (noun), with punning reinterpretation of **hero**] – a female hero; a heroine.

Представляется, что блендинг, который часто можно рассматривать как игру слов, обладает большим лингвокреативным потенциалом.

Редеривация (обратное словообразование) представляет собой образование слов не в виде производных, а в виде производящих. Механизм редеривации держится на дезаффиксации – отбрасывании, отсечении каких-либо морфем (аффиксов), т.е. при редеривации происходит сокращение производящего слова. В приведенных ниже примерах редеривация представлена десуффиксацией:

tat (verb) [back-formation from **tattooing**] to mark or colour the skin with tattoos; to mark something with something like a tattoo;

swag (noun, U.S., slang) [shortened **swagger** (noun)] bold self-assurance in style or manner, an air of great self-confidence or superiority.

Следует подчеркнуть, что в силу своей исключительности и редкости проявления редеривация относится к периферийной зоне английской образовательной системы.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Конверсия, усечение, аббревиация и блендинг – динамично развивающиеся продуктивные способы словообразования, они являются одними из ведущих способов пополнения словарного состава английского языка. Что касается такого вида сокращения, как редеривация, то оно занимает периферийное положение. В результате конверсии образуются производные слова, принадлежащие к другой части речи. Все виды сокращения производят в основном новые слова той же части речи. Однако имеются и исключения (например, производное сложное усечённое существительное *Vo-Tech/vo-tech*, образовано путём усечения двух прилагательных (*vocational* + *technical*)).

Такие виды сокращений, как усечение и аббревиация, обусловлены действием закона языковой экономии, так как в производных словах используется меньший по форме сегмент, чем в исходных производящих словах. При этом значение производных слов равно значению производящих. Блендинг же часто используется не только для сжатия и уплотнения информации, для ёмкой передачи информации, но и для создания экспрессии, комического эффекта, игры слов.

Анализ механизмов конверсии и сокращения как видов словообразования прошло, бесспорно, долгий путь, однако необходимо продолжить изучение деталей указанных механизмов, так как конверсия и сокращение остаются продуктивными

способами создания новых слов. Войдут ли в словари английского языка такие популярные сейчас неологизмы, как, например, бленд *Megxit*, созданный по аналогии с *Brexit*, или глагол *to Meghan Markle*, образованный при помощи конверсии? Этот вопрос также открывает перспективы дальнейших исследований в данной области.

Література:

1. Бездітко А.Р. Явище телескопії як новітній метод словотворення в англійському середовищі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Том 31(70). № 2. С. 16–21.
2. Вашист К.М. Перекладацькі дев'яці блендингових вербальних одиниць англійських рекламних повідомлень. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Том 31(70). № 2. С. 42–49.
3. Кришталь С.М. Перехід іменників-найменувань кухонного приладдя в метафоричні дієслова в англійській мові. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Том 31(70). № 2. С. 143–147.
4. Laurie Bauer, Rochelle Lieber & Ingo Plag *The Oxford Reference Guide to English Morphology*. Oxford : Oxford University Press, 2013. 704 p.
5. Lieber Rochelle *English Word-Formation Processes. Handbook of Word-Formation*. 2005. P. 375–427.
6. Nordquist Richard *Linguistic Conversion in Grammar. ThoughtCo*. 2020. URL : <https://www.thoughtco.com/conversion-functional-shift-in-grammar-1689925> (Last accessed 14.01.2020).
7. Plag Ingo *Word-Formation in English*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 240 p.
8. Szymanek Bogdan *The Latest Trends In English Word-Formation. Handbook of Word-Formation*. 2005. P. 429–448.

Polonskaya I. Conversion and shortening as ways of forming derivatives in modern English

Summary. The article considers conversion and various types of shortening as ways of word formation in modern English. Conversion is a way of creating a new word without any material changes in the form of the existing word.

The actual material includes the following conversion pairs: noun – verb (*adult, Zoom/zoom*), adjective – verb (*foolproof, bear-proof*), interjection – verb (*LOL*), noun – interjection (*jinx*). Since interjections do not have their own lexical meaning and therefore stand apart from full parts of speech, there are interesting examples of interjectionation, i.e. the transition of other parts of speech into interjections, as well as the reverse process of converting interjections into full parts of speech. Shortening is a way of forming a new word by reducing the form of the existing word. Such types of shortening as clipping, abbreviation, blending, rederivation are studied. New words are created by truncating either the final component of the existing word (*tat – tattoo*) or the initial one (*bop – bebop*). It should be noted that there is an example of graphic clipping among the apocopes (*edit. – edition*). As a rule, the semantics of a truncated compound word is equal to the semantics of the existing compound word (*dashcam – dashboard camera*). The study found that clipping can be used to form completely new compound words that do not have semantically equivalent base compound words (*Vo-Tech / vo-tech* (noun) [clipping of *vocational* (adjective) + *technical* (adjective)] – in the United States and Canada: a high school specializing in vocational training and technical education). The next type of shortening, abbreviation, is represented by initialisms and acronyms. We have identified several types of combined abbreviations: 1) a combination of an initialism and an acronym (*CPAP*), 2) a combination of an initialism with the second complete element of a compound word (*R number*), 3) a combination of an initialism with truncated elements of a compound word (*COVID/Covid*), 4) a combination of an initialism with a number (*C-19*). The linguistic factors of creating blends include overlapping (*schlockey* (noun) [blend of *schlocky* (adjective) and *hockey* (noun)]) and analogy (the blend *Kollywood* is formed by analogy with the blend *Bollywood*). Blending is often based on puns (*shero, schlockey*), it possesses great linguistic and creative potential. Back-formation is represented by desuffixation (*tat-tatting, swag-swagger*) and is the least common among the above-mentioned ways of forming new words.

Key words: conversion, truncation, abbreviation, blending, rederivation.

Пономаренко О. В.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації

Інституту філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Павліченко Л. В.,

кандидат філологічних наук,

асистент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації

Інституту філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРС 2020: ЕВОЛЮЦІЯ ЧИ РЕВОЛЮЦІЯ? (ЗМІНИ ГЕРМАНО- ТА РОМАНОВОМОВНОГО ДД ПІД УПЛИВОМ ПАНДЕМІЇ)

Анотація. У цій науковій розвідці – вперше в історії сучасних україномовних філологічних досліджень – порушено питання кардинальних змін, які зазнав дипломатичний дискурс західноєвропейських країн за минулий рік, а саме – у період і як наслідок пандемії COVID-19. Констатовано революційний характер таких перетворень. Проаналізовано ті аспекти комунікації кар'єрних дипломатів, в яких ці модифікації виявилися найбільш відчутними та значущими. З-поміж останніх істотними є, зокрема: поява нових форм і підвидів дипломатичного дискурсу, а відтак – подальше розгалуження архітектури дипломатичного дискурсу, розширення кола його учасників, диверсифікація каналів зв'язку та передачі інформації, модифікація правил дипломатичного протоколу з відповідними змінами як суто лінгвального, так і прагмалінгвістичного аспектів спілкування, нівелювання компоненту «мови тіла», кінетики та просодики, посилення міждисциплінарних зв'язків з урізноманітненням тематики обговорюваного кола питань і переважанням маркерів медичного дискурсу, актуалізація глосарію дипломатичного дискурсу – переважно, за рахунок його розширення та збагачення. Автори статті привертають увагу колега-мовознавців, політиків-міжнародників і широкого загалу до чергової зміни канону дипломатичного дискурсу як адаптативної реакції на світові трансформації, називають основні лінгвальні та прагмалінгвальні новоуведення, вкотре підкреслюють значущість інтердисциплінарних зв'язків суміжних і віддалених наук і галузей знань, акцентують увагу на зародженні нового напрямку філологічних досліджень, подальше вивчення та розвиток якого уможливить констатацію появи та формалізацію нової моделі комунікації в контексті розробки комплексної теорії комунікації в цілому та достеменний і деталізований опис сучасного канону дипломатичного дискурсу, зокрема.

Ключові слова: еволюція, зміни, нова комунікативна парадигма, дипломатичний дискурс, Covid/коронавірус.

The COVID-19 pandemic has certainly shaken up old structures and accelerated 180-degree changes and innovation. Diplomacy and multilateral systems are no exception [1].

Постановка проблеми. 2020 рік сколихнув відносно рівновагу світового суспільства, перетворивши чергове коло еволюції на революційних сплеск. А своєрідним пусковим механізмом став вірус «з короною, хоч і некоронований», що спромігся проникнути – без перебільшення – у кожен клітинку й молекулу всього живого та бездиханного, матеріального та віртуального цього світу. Природні мови, котрі часто порівнюють з організмом, теж не уникли змін. Останніми зазнали більшість мовних засобів, методів, прийомів, систем; комунікативна парадигма у цілому та окремі дискурси зокрема. Серед тих, які відреагували з-поміж перших, виявився і дипломатичний дискурс (*надалі – ДД*) – англійський як аналог *lingua franca* та романомовний як такий, що сумарно обслуговує комунікацію не менше третини світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Власне, огляд останніх у часі наукових розвідок суто лінгвістичного (філологічного) спрямування, присвячених кардинальним змінам у ДД під впливом трансформацій громадянського суспільства, був би здебільшого повторенням саме наших статей, опублікованих у 2019–2020 роках, – а відтак не містив би новизни. Пояснюється ця обставина тим фактом, що з наявних філологічних досліджень нам не вдалося знайти жодного, присвяченого стрімким змінам дипломатичного дискурсу, породжених власне COVID-19.

Однак, заради наукової точності, наведемо низку релевантних наукових розвідок, дотичних до окресленої теми.

Отже, для усвідомлення сутності й особливостей *дискурсу* в цілому, а також розуміння його найпопулярніших дефініцій варто згадати праці вітчизняних і зарубіжних авторів. Зокрема,

явищу дискурсу в різні часи приділяли увагу: Н.Д. Арутюнова [2], виробляючи його визначення та характеризуючи дискурс як «мовлення, занурене у життя»; А.М. Баранов [3]; М.М. Бахтін [4]; Ф. Бацевич [5]; А.О. Кибрик [6]; К. Кузько [7], О.О. Селіванова [8]; Е. Гофман/Goffman [9], К.С. Серажим [10] та багато інших.

Наразі існує декілька підходів до *класифікації дискурсу*, залежно від досліджуваного аспекту, властивостей, ознак тощо. Серед слов'янських авторів до цього питання одним із перших звернувся В.О. Карасик [11], який запропонував власну деталізовану класифікацію, інша повна класифікацій належить Г. Почепцову [12]. Т. ван Дейк [13] долучилася як до вироблення дефініції, так і до виділення основних типів дискурсів. Типології дискурсу в лінгвістиці присвятила увагу О. Страшевська [14].

Кожен із дослідників розробляв свою класифікацію чи типологію на основі одного з численних аспектів. При цьому слід пам'ятати, що жодна архітектоніка не є константою, оскільки на шляху еволюції окремі дискурси зливаються між собою чи розщеплюються на подальші підвиди. Цей процес торкнувся і *дипломатичного дискурсу*, остаточної дефініції та однозначного статусу якого досі одноставно не визначено, але історію становлення можна простежити у роботах багатьох мовознавців [15–22]. Останні кваліфікують його, визначаючи і як частину політичного, і як самостійне утворення – монологічне чи багатокомпонентне, з розгалуженою архітектонікою.

Ми дотримуємося позиції, що у найзагальнішому сприйнятті ДД – це сукупність мовних і мовленнєвих інтеракцій кар'єрних дипломатів [23]. І саме у такому розумінні трактуємо досліджуване явище у цій статті.

Упродовж своєї еволюції ДД мав періоди відносної стагнації, поступального розвитку та бурхливої революції. Останнє, власне, відбувається на очах дослідників сьогодення. ДД завжди формувалася значною мірою під впливом екстралінгвальних факторів і напруму залежав від змін як у межах певної країни, так і на міжнародній арені (миттєво реагуючи та відображаючи ці трансформації у формі та змісті генерованих висловлювань).

Відтак реалії сучасної комунікації унаочнюють, як стрімко і різко трансформувалося спілкування кар'єрних дипломатів, а тому виникла потреба у його дослідженні, описі, кваліфікації та класифікації на новітньому етапі його неперервного розвитку. Остання обставина і сформувала предмет і мету актуальної наукової розвідки.

Мета цієї статті – привернути увагу вчених-мовознавців, політиків-міжнародників і широкого загалу до чергової зміни *канону дипломатичного дискурсу* як адаптивну реакцію на світові трансформації, зацентрувати на і їх впливові на *природні мови*, укотре підкреслити *значущість міждисциплінарних зв'язків* окремих наук і галузей знань, вказати на *новий напрям філологічних досліджень*, який варто заснувати у відповідь на виклики суспільства, потреби якого забезпечують аналізовані нами природні мови, звернути увагу колег-лінгвістів на те, *яким чином дипломатичний дискурс* країн романського та германського мовних ареалів *реагує* на неминучий вплив зовнішніх (екстралінгвальних) чинників, і проілюструвати, зокрема, *яких модифікацій зазнають* при цьому внутрішні (лінгвальні) *структури* та прагмалінгвістичні компоненти сьогоденної комунікації дипломатів.

Виклад основного матеріалу. Наразі ДД зазнає основних перетворень не лише під впливом кардинальних політич-

них подій світового масштабу, але і як реакцію на зміни в інших – дотичних і віддалених сферах людської життєдіяльності, а також відповідних суміжних і несуміжних дискурсах, що їх обслуговують [24].

Це явище вкотре засвідчує відкритість ДД як системи, динамічність його комунікативної парадигми та значущість міждисциплінарних зв'язків у сучасній моделі комунікації. Найпершою реагує лексична система, що є передбачуваним. Натомість очікуваними, хоча і непередбачуваними у своєму розвитку, є кардинальні зміни та новоуведення у комунікативній моделі професійного ДД у цілому в частині осучаснення каналів комунікації, з логічним добором лінгвальних засобів, стратегій і тактик тощо.

Пандемія, що охопила світ у минулому році, позначилася і дипломатичному дискурсі [25] та переформатувала його модель комунікації. На нашу думку, цей вплив найістотніше відчувається у:

- *появі нових форм* (підвидів) дипломатії та – дзеркально – *дипломатичного дискурсу* (digital diplomacy, online diplomacy, virtual diplomacy, covid diplomacy) [26; 27];

- *зміні канону дипломатичного дискурсу* на загал, а саме революційному перетворенні з явища «камерального» – закритого та призначеного для певного обмеженого кола осіб, переважно професійних дипломатів – на відкритий майданчик обговорення зовнішньополітичних викликів (*Diplomacy goes virtually*) [28];

- *розширенні кола учасників* (комунікантів, авторів і реципієнтів повідомлень) дипломатичного дискурсу: відтепер нормою є залучення широкої громадськості, а не лише кар'єрних дипломатів до діалогу на ключові теми міжнародних відносин;

- *диверсифікації каналів зв'язку* та передачі інформації, зокрема неможливість безпосередніх контактів і, почасти, заборона на зустрічі у форматі тет-а-тет чи за зачиненими дверима загострила необхідність опанування сучасними інформаційними технологіями, активне використання можливостей мережі Інтернет, аудіо-відео зв'язку. У сучасній дипломатичній комунікації поширення повідомлень через соціальні мережі вже не є новиною. Однак відеоконференції у реальному часі на платформах Skype, Zoom, GoogleMeet тощо замість потиску рук і шведських столів – це наслідок адаптації та намагання підтримати континуальність роботи в умовах локдауну (Online meetings have long been seen as a poor substitute for face-to-face ones [29]);

- *модифікації* правил дипломатичного протоколу, з відповідними змінами суто *лінгвального компоненту протокольного спілкування* (спрощення чи нехтування формулами привітання-прощання, довгими зворотними звертаннями чи подяками) [30];

- *нівелюванні компоненту «мови тіла», кінетики та просодики* в комунікації формату он-лайн – частково через об'єктивні (якість зв'язку, зображення, звуку), так і суб'єктивні (маніпуляція обставинами) чинники;

- *посиленні міждисциплінарних зв'язків* з відповідним *урізноманітненням тематики* обговорюваних питань і пояснюваним *переважанням* типових маркерів *медичного дискурсу* (health diplomacy, global health diplomacy, global health diplomatic issues) [31; 32];

- *актуалізації (ревізії та модифікації) основного глосарію* дипломатичного дискурсу за рахунок створення неологізмів на

позначення понять, яких досі не існувало (diplomatic netiquette), розширенню термінології (covid-diplomacy) тощо.

Висновки. Визначальною особливістю глобалізованого суспільства першої чверті XXI століття є постійна трансформація з паралельною адаптацією структури на різних рівнях. Ці модифікації стосуються – без винятків – усіх аспектів людської діяльності, включаючи спілкування. Кардинальні екстралінгвальні зміни істотно позначилися і на комунікативній парадигмі, спричинивши в ній революційні перетворення. Зокрема, як це було досліджено, пандемія вийшла за межі суто медичної проблеми; вона заторкнула сфери міжнародної економіки, політики, міждержавних і міжособистісних зв'язків. Цей процес не обійшов стороною і національні мови з усією палітрою їх дискурсів. Укотре була засвідчена значимість міждисциплінарних зв'язків, інтегральності процесів і миттєвої реакції лінгвальних і прагмалінгвальних засобів як формантів комунікативної парадигми на загал і її сучасної/актуальної моделі комунікації.

Еволюція дипломатичного дискурсу та спостереження мовознавців за цим процесом у контексті глобальних суспільних трансформацій сприятимуть точнішій та достеменній розробці сучасної моделі комунікації а також комплексної та деталізованої теорії комунікації у цілому.

Література:

- Muñoz Maricela. Diplomacy in times of COVID-19. *DiploFoundation. DiploBlog*. URL: <https://www.diplomacy.edu/blog/diplomacy-times-covid-191.2020.01.16>. (Accessed 02.02. 2021).
- Арутюнова Н.Д. Дискурс. В: БЭС Языкознание. Москва : Большая Российская энциклопедия, 1998. 682 с.
- Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: Учебное пособие. Москва : Флинта: Наука, 2007. 592 с.
- Бахтін М.М. Проблема тексту у лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. за редакцією М. Зубрицької*. 2-ге вид. Львів : Літопис, 2001. С. 416–428.
- Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник]. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
- Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу. *Вопросы Языкознания*. № 5. 1994. С. 126–139.
- Кузько К. Дискурс іноземномовної комунікації (колективна монографія). Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2001. 495 с.
- Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : [підручник]. Полтава, 2008. 712 с.
- Goffman, E. *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981. 344 p.
- Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти) : дис. ... д-ра філол.н. 10.01.08 / К.С. Серажим [Текст], Київ, 2003. 408 с. : рис. Бібліогр.: С. 346–372.
- Карасик В. О классификации дискурса. *Языковая личность*. Волгоград : Перемена, 2000. 228 с.
- Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва : «Рефл-бук», Киев : «Ваклер», 2000. 656 с.
- Van Dijk T.A. *Studies in the Pragmatics of Discourse*. The Hague-Paris: Mouton, 1981. 331p.
- Страшевська О. *Типологія дискурсу як об'єкта лінгвістичних досліджень*. С. 76–78. URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32507/1/18-76-78.pdf>. (Дата звернення: 28.01.2021).
- Stanko N., Ambassador. Chapter 2. Use of Language in Diplomacy. In: *Language and Diplomacy*. Ed. by J. Kurbaliya and H. Slavik. 2001. P. 39–47. [online]. URL : <http://www.diplomacy.edu/resources/use-language-diplomacy>. (Accessed: 05 December 2020).
- Волкова Т.А. Дипломатический дискурс в аспекте стратегичности перевода и коммуникации (на материале английского и русского языков) : дисс. канд.филол. наук.... 10.02.20. Челябинск, 2007.
- Зонова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. Москва : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. 336 с.
- Кашишин Н.С. Особливості дискурсу та терміносистеми англomовних дипломатичних документів. Львів, 2009. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/Fil/2009_81_2/Statti/77.pdf. (Дата звернення: 08.01.2021).
- Кожетева А.С. Дипломатический дискурс как особый вид институционального дискурса [Текст]. *Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования*, № 1(17). Воронеж, 2012. С. 54–63.
- Метелица Е.В. Лингвoseмиотическое пространство дискурса дипломатического протокола (на материале текстов дипломатического протокола государственного департамента США) : дисс. ... на соискание ученой степени канд.филол.наук. – 10.02.04 – германские языки. Волгоград, 2002. 193 (263) с.
- Пазинич О.М. Функціонально-структурні особливості текстів дипломатичного листування : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Спеціальність 10.02.15 – загальне мовознавство : НАН України, Інститут мовознавства. Київ, 2001. 18 с.
- Терентий Л.М. Основные черты дипломатического дискурса. *Сборник научных статей Филологические науки*, № 9. Этно-, социо- и психолінгвістика. Москва, 2011. URL : http://www.rusnauka.com/29_DWS_2011/Philologia/9_95680.doc.htm (дата звернення: 12.01.2021).
- Пономаренко О.В. Дипломатичний дискурс у Твіттері: твітінг і твіт як нові жанрові форми дипломатичної комунікації. *Стиль і переклад*: Зб.наук.пр. Випуск 1(5). Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. С. 282–297.
- Пономаренко О.В. Інтердискурсивність як провідна риса дипломатичного дискурсу (на матеріалі виступів Міністра закордонних справ Італії Дж.Терці ді Сант-Агата на ІХ Конференції Послів у Римі) [Текст]. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Іноземна філологія»*. Вип. 47. К.: ВПЦ Київський університет, 2014. С. 30–35.
- The Impact of Covid-19 on Diplomacy (2020, august). URL : <https://www.gpgovernance.net/blog/the-impact-of-covid-19-on-diplomacy/>. (Accessed: 02.01.2021).
- The COVID-19 crisis: A digital policy overview // *DWO*. Geneva internet platform. URL : <https://dig.watch/trends/covid-19-crisis-digital-policy-overview#view-15663-7>. (Accessed 02.01.2021).
- Пономаренко О.В. Архітекtonіка сучасного дипломатичного дискурсу. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка*. Іноземна філологія. Вип. 1(52). Київ, 2020. С. 42–46.
- Kurbaliya J. (2020.03.06) Diplomacy goes virtually as the coronavirus goes viral. *Diplo*. URL : <https://www.diplomacy.edu/blog/diplomacy-goes-virtual-coronavirus-goes-viral>. (Accessed: 02.01.2021).
- COVID-19 and Diplomacy*. URL : <https://www.diplomacy.edu/covid-19>. (Accessed: 02.01.2021).
- Corona Diplomacy: Will changes affect future practice?* 2020.06.30. URL : <https://www.diplomacy.edu/calendar/corona-diplomacy-will-changes-affect-future-practice>. (Accessed: 02.01.2021).
- Health Diplomacy spotlight on refugees and migrants // *WHO regional office for Europe*, 2019. 195 p. URL : <https://www.euro.who.int/en/publications/abstracts/health-diplomacy-spotlight-on-refugees-and-migrants-2019>. (Accessed: 02.01.2021).
- Kickbusch, I., Lister, G., Told, M., Drager, N. (Eds.) *Global Health Diplomacy: Concepts, Issues, Actors, Instruments, Fora and Cases*. URL : <https://www.springer.com/gp/book/9781461454007>. (Accessed: 02.01.2021).

Ponomarenko O., Pavlichenko L. Diplomatic discourse 2020: evolution or revolution? (Changes of the Germanic and Romanic DD during the pandemic period)

Summary. This scientific investigation for the first time in the history of modern Ukrainian-language philological research raises the issue of radical changes that have undergone the diplomatic discourse of Western European countries over the past year, and namely in the period and as a result of the COVID-19 pandemic. The revolutionary nature of such transformations is stated. The aspects of communication of career diplomats in which these modifications proved to be the most tangible and significant are analysed. Among the latter the most significant are, in particular: the emergence of new forms and subtypes of diplomatic discourse, and thus, further branching of the architecture of diplomatic discourse, expanding the range of its participants, diversification of communication and information channels, modification of diplomatic protocol rules with appropriate both purely linguistic changes, and pragmalinguistic aspects of communication, levelling the component

of body language, kinetics and prosody, strengthening interdisciplinary links with the variety of topics and the predominance of markers of medical discourse, updating the glossary of diplomatic discourse, mainly by expanding it. The authors of the article draw the attention of peer linguists, international politicians and the larger audience of citizens, in general, to the current change in the canon of diplomatic discourse as an adaptive response to world transformations, identify the main lingual and pragmalingual innovations, once again emphasize the importance of interdisciplinary connections of related disciplines and remote sciences, draw attention to the emergence of a new direction of philological research, the further study and development of which will allow the emergence and formalization of a new model of communication in the context of developing a comprehensive theory of communication in general and accurate and detailed description of the modern canon of diplomatic discourse in particular.

Key words: evolution, changes, new communicative paradigm, diplomatic discourse, Covid/coronavirus.

*Потанова О. В.,**асистент кафедри мовної підготовки**Харківського національного технічного університету сільського господарства
імені Петра Василенка*

ЕВФЕМІЗАЦІЯ НАЗВ ПРОФЕСІЙ СИЛОВИХ СТРУКТУР У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Анотація. Звернено увагу на інтерес до антропоцентричної парадигми у сучасних лінгвістичних дослідженнях і відображенні у мовній картині світу лінгвокультури окремих народів. Евфемістична лексика активно застосовується в соціальних сферах. Приділено увагу аналізу процесів евфемізації, які базуються на стереотипах, що існують у суспільстві та віддзеркалюють тенденції у слововжитку. Проаналізовано роботи великої кількості науковців, які займалися цією тематикою. Та, звісно, звернено увагу на вплив стереотипів у мові та застосування евфемістичної лексики у різних сферах життя людини. Проаналізовано роботи у цьому напрямку та відмічено, що професійна діяльність людини, є окремою сферою вжитку евфемізмів, яка віддзеркалює певні тенденції розвитку суспільства.

Під час аналізу евфемізмів велику увагу приділено їх застосуванню у правоохоронній сфері, політиці, військовій сфері. Звернено увагу на широке застосування евфемістичної лексики у засобах масової інформації та у інтернет-комунікації. Зазначено особливості вжитку евфемізмів та їх вплив на формування громадської думки. Вони застосовуються для маніпулювання свідомістю, а також для формування стереотипних образів певних професій з боку уряду на певному етапі розвитку суспільства та політичного курсу країни. Протилежні поняття застосовують також для найменування одних і тих самих військових спеціальностей для створення подвійних стандартів, залежно від сторони, яка створює повідомлення. Виділені основні лінгвістичні механізми утворення евфемізмів та дисфемізмів у сфері назв професій.

Відокремлені основні тенденції та цілі для використання евфемістичної лексики. Виявлено, що однією з основних цілей є маніпулювання свідомістю суспільства та нав'язування владі певних ідей та стереотипів для приховання непопулярних політичних військових соціально-економічних рішень і підкреслювання важливості людської праці та набуття більшої значущості в особистій сфері.

Ключові слова: мовна картина світу, евфемізм, дисфемізм, назви професій, стереотипи, табу.

Постановка проблеми. Актуальність обраної теми зумовлена інтересом до антропоцентричної парадигми у сучасних лінгвістичних дослідженнях і відображенні у мовній картині світу лінгвокультури окремих народів. Процеси евфемізації базуються на стереотипах, що існують у суспільстві у конкретний період його розвитку, а з іншого боку, відбивають тенденції у слововжитку, зокрема, політичну коректність, гендерну рівність і т. ін. Сфера професійної діяльності є однією з найважливіших у житті людини, і прояв стереотипів у номінації професій є віддзеркаленням мовної картини світу певного народу або певної групи людей (соціальної, вікової, гендерної тощо).

Сучасний світ та тенденції глобалізації впливають на необхідність розвитку міжкультурної комунікації. Проблеми міжкультурної комунікації невід'ємні від поняття мовної свідомості. Свідомість кожного представника етнічної культури складається зі стереотипних уявлень, які віддзеркалюють ставлення до певної моделі поведінки людей, що входять до іншої етнічної, гендерної, соціальної, політичної або професійної групи [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «стереотип», «стереотипне уявлення» аналізуються у роботах багатьох вчених психологів, лінгвістів, соціологів, філософів.

Термін стереотип сформульовано У. Ліпманом у роботі «Public Opinion» (1922), у якій стереотипи визначалися як «образи у нашій свідомості» (the pictures in our heads) [2].

Згідно з Буряк В.В., утворення та функціонування стереотипів – це процес стереотипізації, що у широкому розумінні є вмінням фіксувати повторювані стимули, які надходять із середовища. Забезпечення існування стереотипів базується на утворенні стійких асоціативних зв'язків між поняттями [3].

Формування і функціонування стереотипів супроводжується вербалізацією та здатністю людини оперувати мовною системою. У процесі становлення зміст стереотипа розкривається через комунікативні смисли у мовленні [3].

Стереотипи проявляються у картині мови у вигляді різних слів, словосполучень чи фразеологізмів. Вже наявні слова набувають нові значення і починають вживатися не тільки в прямому, але й в переносному значеннях. Семантичний потенціал слова дає можливість вживати його в таких контекстах, які зовсім не характерні для його прямого номінативного значення.

Згідно з В.Н. Телія, вторинна номінація – це застосування вже наявних у мові номінативних засобів у новій для них функції означення [4].

Як зазначає Шаповал О.В., виникнення нових соціальних зв'язків призводить до перетворення сенсу слів шляхом приращування значень, виникнення конотацій [5].

Одним із проявів процесу вторинної номінації є використання евфемізмів.

У науковій літературі евфемізмами вважаються одиниці вторинної номінації з відносно позитивною конотацією, що використовуються для заміни прямих найменувань, вживання яких із соціально чи психологічно зумовлених причин вважається небажаним [6]. Основою для виникнення евфемізмів послужили табуовані поняття, які існують на усіх етапах розвитку суспільства. З розвитком людства з'явилися інші причини вживання евфемізмів. Згідно з Великогородою В.Б., окрім уникання будь-якого з видів табу, з'явилося бажання бути ввічливим, прагнення завуалювати негативні аспекти дійсності

в межах певної професійної, соціальної чи вікової групи або намір здійснити прагматичний вплив на адресата [6].

Евфемістична лексика активно застосовується у соціальних сферах. Цьому сприяє поширення засобів масової інформації, інтернет-комунікації. Саме вони формують громадську думку та певну соціальну поведінку людей. У своїх роботах, Дубинець З.О. відмічав, що ЗМІ використовують евфемістичні заміники для маніпуляції нашою свідомістю [7].

Саме ЗМІ формують образ сучасної людини як ділової, успішної та значущої, тим самим формуючи певні стереотипи. Бажаючи відповідати певним вимогам, люди намагаються прикрасити або іноді навіть звеличити чорну або некваліфіковану роботу, замінюючи її назву. Або навпаки, назва професії формує певний стереотипний образ та упереджене ставлення до людини. Ці питання широко розкриті у роботах Чеканова С.А., де він виявив національно-культурні особливості деяких видів професійної діяльності [8] та у роботах Judith S. Neaman, Carole G. Silver, де зібрано колекцію евфемізмів, які використовуються у найактуальніших сферах людського життя [1].

Одна зі сфер соціально-економічного розвитку суспільства, де активно застосовується евфемістична лексика, це сфера професійної діяльності. Це зумовлено прагненням сучасної людини відповідати певним нормам суспільства та сформувати в оточуючих позитивне ставлення до себе як до успішної, впевненої у собі та ділової людини.

Саме евфемізми цієї групи стали предметом дослідження. Матеріалом для дослідження послужили англійські евфемізми сфери професійної діяльності.

Мета і завдання статті. Мета роботи – простежити основні тенденції у вторинних номінаціях професій у сучасній англійській мові.

Мета роботи передбачила розв'язання таких завдань:

1) вивчити літературу із проблеми дослідження, уточнити природу стереотипу, його основні характеристики і види; природу вторинної номінації; евфемізму;

2) відібрати з сучасних словників, у тому числі словників сленгу, а також із текстів сучасних Інтернет-видань (газет і журналів) вторинні номінації назв професій;

3) провести аналіз відібраних одиниць за встановленими критеріями і виявити загальнолюдське у відтворенні поглядів на види праці і особливості англійської лінгвокультури в цьому плані;

4) визначити нові тенденції, які з'являються в англійському суспільстві і відбиваються у процесах евфемізації останнім часом.

Предмет та об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження обрано евфемізми в назвах професій у сучасній англійській мові. Предметом дослідження – мовні засоби утворення евфемізмів, що стосуються назв людей за їх професійною приналежністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політична діяльність країни, її правоохоронна сфера є дуже важливими темами. Саме тому в цій сфері застосовують багато евфемізмів для маніпулювання свідомістю. Люди зустрічаються з евфемізованими назвами професій, дивлячись фільми або слухаючи новини, читаючи їх у газетах формуючи у себе стереотипний образ певної професії, який потрібен уряду на певному етапі розвитку суспільства та політичного курсу країни.

Відчуття захищеності та спокою для населення у країні дуже важливо для її стабільного розвитку. Тому образ людини,

яка захищає правопорядок у державі має являти собою свого роду «обличчя держави», її впевненість у майбутньому. Ось чому евфемістичні назви професії правоохоронця ввібрали в себе образ людини із народу у привласненні найрозповсюдженіших імен і приписуючи цьому образу перебільшені риси, порівнюючи їх із могутніми тваринами. *Old Bill, Bobby, bear* – усі ці назви характеризують поліцейських. Залежно від певних відмінностей у різних країнах їх також називають *John Hop* (співзвучне з *John Laws*), *Bluebirds* (в Австралії, завдяки кольору своєї уніформи), *Black Jacks* (в Південній Африці, теж завдяки чорній уніформі). *The Brains* – іронічний термін для криміналістичного відділу поліції, а детектива називають *a bull, a dee, a demon, a hawkshaw*. Усі ці слова мають на меті протипоставити професію правоохоронця, підкреслюючи його силу, мужність та вправність. У той час як порушників закону називають *a dip* (кишеньковий злодій) замість *pickpocket* (кишеньковий злодій); *just a member* (людина, яка займає нижню ланку у кримінальній сфері), *nark* (інформатор) замість *informant, intelligencer* (інформатор); *shut eyes, abuse* (насилник) замість *violator* (насилник). Ці співставлення сили та могутності поліції проти підкреслювання нікчемності злочинців, особливо під час новин або перегляду художніх фільмів, сприяють формуванню у населення думки про непохитність правоохоронної системи та безумовну можливість контролювати злочинність.

Із цією ж метою ЗМІ застосовують евфемізми та дисфемізми у політиці, особливо під час опису військових дій. Такі назви, як *a source* (шпигун) замість *emissary* або *spy* (шпигун), *a freedom fighter* (борець за незалежність) замість *independentist* (прихильник незалежності), *a fire brigade* (мобільна бригада) замість *rapid response battalion* (бригада швидкого реагування), *dough-boy* (солдат-піхотинець) замість *infantry soldier* (солдат-піхотинець), *dogface* (піхотинець) замість *grenadier* (гренадер), зі сторони дружніх сил співставляють з більш агресивними поняттями з протилежного боку – *militias* (банд формування), *a militant* (бойовик), *warlord* (військовий диктатор або головнокомандуючий), *fighters* (бойовики), *terrorists* (терористи), *extremists* (екстремісти). Застосування цих діаметрально протилежних понять для найменування одних й тих же військових спеціальностей викликано необхідністю створити подвійні стандарти під час оцінювання дій протилежних сторін залежно від того, хто створює повідомлення. Зі сторони дружніх сил використовуються виключно евфемістичні назви, але під час опису протилежних сил залучається негативно оцінна лексика за допомогою засобів дисфемії.

У сфері професійної діяльності евфемізують не тільки назви професій, а й ставлення до роботи, лінощі, погане ставлення та небажання працювати. Наприклад, словосполученням *golden brick* спочатку називали солдат, які не дуже гарно себе проявили під час бойових дій. Згодом цій термін став позначати ледаря та неробу. *A silver* – ще один приклад позначення людини, яка намагається відклонитися від обов'язків.

Основними лінгвістичними механізмами утворення евфемізмів у сфері назв професій, за нашими даними, є:

1) метафоричне перенесення слів (наприклад, *a source, a dip, a warlord*; 20 випадків із 52 випадків масиву вибірки, що складає 38%);

2) метонімічне перенесення (наприклад, *access controller, catering staff workers*; 6 випадків, що складає 11%);

3) розширення значення за рахунок розширення сфери діяльності (наприклад, *building maintenance engineer, waste reduction manager*; 14 випадків, що складає 26%);

4) суфіксальне утворення нового терміну (наприклад, *garbologist, recycler*; 8 випадків, що складає 15%);

5) поєднання метафори або метонімії з іронією або сарказмом (наприклад, *golden brick* або 007; 4 випадки із 52 випадків масиву вибірки, що складає 7%).

Висновки. Проведений аналіз дозволяє побачити основні тенденції та цілі для використання евфемістичної лексики. Можна зробити висновки, що однією із основних цілей є маніпулювання свідомістю суспільства та нав'язування владою певних ідей та стереотипів для завулювання непопулярних політичних, військових, соціально-економічних рішень і підкреслювання важливості людської праці та набуття більшої значущості в особистій сфері.

Отже, однією з найважливіших тенденцій у розвитку словникового складу мови є його збагачення шляхом евфемізації. Аналізуючи ті чи інші терміни, можливо робити висновки про розвиток соціально-культурної спадщини, культурних цінностей народу та цивілізації в цілому.

Література:

1. Judith S. Neaman, Carole G. Silver. *The book of euphemism*. Wordsworth Reference, 1995. 373 p.
2. Бухаева Р.В. Этнокультурные стереотипы речевого общения (на материале бурятского языка) : дисс. на соискан. науч. степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка». Улан-Уде, 2015. 426 с.
3. Бурак В.В. Вербалізація стереотипів родинної спорідненості в українській, польській та британській реалістичній прозі другої половини XIX століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство». Львів, 2019. 20 с.
4. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды. Языковая номинация (Виды наименований). Москва : Наука, 1977. С. 129–221.
5. Шаповал О.В. Комунікативно-стильові параметри вторинної номінації в газетно-журнальній публіцистиці 80-90-х років XX століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Дніпропетровск, 2001. 21 с.
6. Великорода В.Б. Семантичні та функціонально-прагматичні характеристики евфемізмів в англійській мові : автореф. дис. на

здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2008. 20 с.

7. Дубинець З.О. Теми та сфери евфемізації в сучасній пресі. *Вісник Запорізького університету*. 2012. № 1. С. 15–163.

8. Чеканова С.А. Стереотипные представления о профессиях у русских и англичан : монография. МГИМО-Университет, 2012. 216 с.

Potapova O. Euphemization in job nominations of security ministers in modern English

Summary. Attention is paid to the interest in the anthropocentric paradigm in modern linguistic research and reflected in national cultures and languages in world mapping. Euphemisms are actively used in social spheres. Attention is paid to the euphemization based on stereotypes that exist in society and illustrate current trends in word use.

The works of a large number of scientists who have studied this topic are analyzed. And, of course, attention is paid to the influence of stereotypes on the language and the usage of euphemisms in different spheres of life. Having analyzed the scientific sources, we can see that the sphere of professional activities is a separate sphere of use of euphemisms which reflects certain trends of society development.

When analyzing the euphemisms much attention is paid to their application in law enforcement system, politics and military sector. The widespread use of euphemisms in the media and in Internet communication is pointed out. The peculiarities of the use of euphemisms and their influence on the formation of public opinion are indicated. They are used for mind controlling and forming the stereotypical image of some professions by the Government at some stage of the social development and according to the political course of the country. Opposite concepts are also used to name the same military professions to illustrate certain double standards, depending on the party creating the message. The main linguistic ways of euphemism's and dysphemism's formation in the field of job titles are identified.

The main trends in using euphemisms are highlighted. It has been found that one of the main goals is mind controlling and imposing some ideas and stereotypes by the Government to hide unpopular political, military and socio-economic decisions, to emphasize the importance of some laborers and to express a certain attitude to them.

Key words: linguistic view of the world, euphemism, dysphemism, job titles, stereotypes, taboo.

*Преснер Р. Б.,**викладач кафедри іноземних мов
Національного лісотехнічного університету України**Котенко М. В.,**викладач кафедри іноземних мов
Національного університету «Львівська політехніка»*

ВЕРБАЛЬНІ ІНФОРМАЦІЙНО-МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ ПРОТИДІЇ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню вербальних засобів маніпуляцій в американському медійному дискурсі на основі публіцистичних текстів. У статті здійснено ґрунтовний аналіз маніпулятивних тактик на вербальному рівні з американських газет “The New York Times”, “The Washington Post”. Відібрано слова та вирази з негативною конотацією, за допомогою яких мас-медіа висловлює своє негативне ставлення до подій, виключає можливість іншого трактування, створює відповідні негативні образи та емоції людей. Особлива увага акцентується на використанні повторень, штучному створенні сенсаційності та терміновості повідомлення, замовчуванні важливих подій, навмисному перебільшенню за допомогою гіперболічних висловлювань, спрощених понять. В результаті експериментальної перевірки доведено, що серед вербальних засобів найчастіше вживаються такі маніпулятивні тактики у ЗМІ, як дезінформація, посилення на авторитети, замовчування фактів, маніпуляція поняттями, тенденція до спрощення, підсасовка фактів та подрібнення цілісної картини. На стилістичному рівні зустрічаються випадки персоніфікації, використання метафори у публіцистичному тексті. Виокремлено методи маніпулятивних технологій, слова-класифікатори, а також узагальнено практичні поради для розпізнавання, аналізу, критичної оцінки інформації, які допоможуть сформулювати свідомого медіаспоживача. Проведений аналіз показав, що найчастіше Україна вживається у негативних конотаціях у тематичних висловлюваннях, пов’язаних з внутрішньою та міжнародною політикою, російською агресією, корупцією, хабарництвом, фальсифікацією на виборах, корисливими мотивами суб’єктів політичної діяльності та глобальними проблемами. Обґрунтовано доцільність запровадження медіаосвіти в навчальний процес, формування практичних навичок використання медійно-інформаційних програм, метою яких є надання базових знань у сфері медіа для перевірки інформації та розвитку критичного мислення.

Ключові слова: маніпуляція, протидія, медійний дискурс, фейк, публіцистичний текст, вербальні засоби.

Постановка проблеми. Тактики маніпуляції контентом у ЗМІ стали значно ширшими й більш витонченими завдяки застосуванню сучасних можливостей для того, щоби фальшива інформація максимально наближувалася до реальної. В Україні основними тактиками маніпуляції контентом у ЗМІ є використання пропаганди та дезінформації щодо політичного режиму, співпраці з ЄС, вступу в НАТО, військового протистояння, реформ у суспільстві, культурно-історичних надбань, мови, корупції та багатьох інших питань, які зазнають

спекулятивного висвітлення у газетних матеріалах, відео чи радіотрансляціях.

Незважаючи на численні дослідження маніпулятивних технологій, що застосовуються в ЗМІ задля впливу на громадську думку, поза увагою дослідників залишилася проблема пошуку ефективної протидії інформаційній війні.

Дослідження змісту публікацій, лексико-стилістичних особливостей та оціночного наповнення проаналізованих матеріалів дає можливість виявити вербальні засоби маніпулятивних технологій, що є важливою передумовою для ухвалення оптимальних управлінських рішень, прийняття країни, її іміджевої політики у світі. Це зумовило вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До новітніх інформаційних технологій належать всевітня мережа Інтернет, традиційні мас-медійні засоби, такі як газети, радіо, телебачення, під вплив яких потрапляє величезна кількість людей. Вони навмисно маніпулюють свідомістю реципієнтів для досягнення своїх цілей, створення у адресата таких переконань, у яких зацікавлений ініціатор спілкування. Проблему маніпуляції досліджувала низка вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема С.Г. Кара-Мурза, Ш.В. Розенберг, Г.Г. Почепцов, які розглядали психологічний аспект маніпуляції свідомістю, однак дуже мало робіт присвячено вербальним та невербальним засобам маніпулятивного впливу.

Метою статті є характеристика та аналіз вербальних засобів маніпуляції в американському медійному дискурсі щодо України, виявлення найбільш вживаних вербальних інформаційно-маніпулятивних технологій. Мета дослідження передбачала виконання таких завдань:

- визначити вербальні прийоми маніпуляції свідомістю реципієнта;
- здійснити ґрунтовний аналіз маніпулятивних тактик в американських засобах масової інформації;
- проілюструвати основні маніпулятивні технології та прийоми конкретними прикладами;
- визначити основні напрями протидії інформаційній агресії.

Об’єктом дослідження слугували маніпулятивні тактики у сучасних американських засобах масової інформації на вербальному рівні. Предметом дослідження слугувала вибірка статей із газет “The New York Times”, “The Washington Post”.

Виклад основного матеріалу. Специфічність ЗМІ в інформаційному просторі визначається насамперед тим, що мас-медіа не лише інформує, але й чинить певний соціально-психо-

логічний вплив на своїх читачів чи слухачів. Таким чином, маніпуляцію свідомо вибирають як засіб спілкування з цільовою аудиторією для досягнення певних ідеологічних цілей провладної еліти [4, с. 40]. Сьогодні особливо гостро стоїть питання про специфіку комунікативної політики ЗМІ, яку реалізують журналісти у процесі спілкування з масовою аудиторією, оскільки їхня майстерність маніпулювати свідомістю стає все більш досконалішою та витонченою.

Основною метою інформаційної війни, на думку більшості дослідників, є інформаційне панування, тому, ведучи інформаційну війну, мас-медіа прагне насамперед впливати на суспільну свідомість.

Саме процес номінації виступає засобом маніпуляції свідомістю, зокрема за допомогою правильно підібраних слів та виразів можна виразити своє суб'єктивне ставлення до явищ, представити їх однобічно, подаючи лише свою точку зору. Використовуючи певні слова та вирази з негативною конотацією, ЗМІ не лише висловлюють своє негативне ставлення до подій, але й виключають можливість іншого трактування, створюючи відповідні негативні образи та емоції людей до подій, про які йдеться. Наприклад, *This is certainly bad news for embattled Ukraine, a nation used by Putin as a kind of bogeyman with which to terrify his disobedient children – if you're a Russian who has no love for the current government, you're immediately accused of desiring Ukrainian-like turmoil on your own soil* [5].

Численні повтори також сигналізують про маніпуляцію свідомістю, оскільки безпідставне повторення однієї і тієї ж інформації часто використовується в ЗМІ задля впливу на підсвідоме, яке людина не може добре контролювати [2, с. 97]. Повторюватись може не лише певна частина інформації, але й окремі словосполучення та слова задля досягнення маніпулятивного ефекту. Повтор акцентує увагу слухача/читача на певній інформації, яка повторюється з певною періодичністю із застосуванням різних варіантів викладу та деякими незначними змінами (наприклад, *heavy civilian casualties, intimidation, violence, brutal suppression of resistance, violation of human rights*), що призводить до переконання адресата у використанні насильства з боку однієї країни до іншої (наприклад, *I believe that Russians and Ukrainians are one people ... one nation, in fact, Putin said. When these lands that are now the core of Ukraine joined Russia ... nobody thought of themselves as anything but Russians* [6]; *It was not the people protesting against the government, but one part of the Ukraine against the other*) [5].

Маніпуляція поняттями знаходить широке застосування в засобах масової інформації. Це явище можна охарактеризувати як трансформацію інформаційного потоку. Сюди належать явища гіперболізації або, навпаки, спрощення понять, замовчування фактів, їх викривлення, а саме підтасовка або фабрикація фактів, навіть дезінформація (наприклад, *A "great" America is a Russia-like place, where a small clutch of rich people gets to do whatever it pleases, while everyone else is viewed as a peasant and treated accordingly*) [5].

Приєм гіперболізації використовується для відволікання уваги від наявних проблем. Одним із маніпулятивних прийомів слугує штучне створення сенсаційності та терміновості повідомлення, що сприяє замовчуванню важливих подій, які публіка не повинна помітити. Проілюструємо сказане прикладом: *The crash of Malaysia Airlines Flight (17 July 2014), the plane*

was actually filled with corpses and that Ukrainians shot it down in an operation under false flag [6].

Для навмисного перебільшення або інтенсифікації ознаки явища чи події у медійному контексті вживаються гіперболічні висловлювання. Задля цього прикметники та прислівники з гіперболічними компонентами часто вживаються в українських повідомленнях (*дуже, неймовірно, вражаюче*), а також американських (*very, totally, fairly, completely, incredibly*). Наприклад, *A former leading Kremlin ideologist has described democracy is merely a battle of bastards: 'There is a plethora of bastards to choose from and complicated rules to keep the infighting between them at more or less a draw. This is how the coveted system of checks and balances works – a dynamic equilibrium of pettiness, a balance of greed, a harmony of deception. If someone goes too far, the ever-vigilant deep state moves into action and the invisible hand draws the culprit back to the bottom* [5].

Маніпуляція спрощеними поняттями базується на характерній особливості людської психіки, а саме тенденції до спрощення, під чим розуміють виділення декількох або єдиної нескладної ознаки для позначення складних явищ [3, с. 40]. Спрощенні поняття ведуть до створення стереотипів, внаслідок чого стереотипи мають, як правило, однобічний характер, іншими словами, негативний. Наприклад, *The West won't recognize Crimea joining Russia simply because Washington is behind state coupe in Ukraine. They knew who participated in street fightings in Kyiv because they trained these people on the NATO secret bases in Poland* [5].

Було доведено, що людина підсвідомо краще сприймає прості пояснення складних проблем, тому існує думка про те, що складні проблеми стають більш зрозумілими, якщо їх глумачити за допомогою простіших понять, тому таке повідомлення має сприйматися без зусиль та критичного аналізу. Спрощення дає змогу висловити головну думку, яку потрібно донести до читачької чи глядацької аудиторії у формі ствердження, а це означає відмову від обговорення [1, с. 290]. Для вираження такого твердження в арсеналі журналістів є слова, типові кліше, які слугують для опису події чи явища у примітивний спосіб: *To really understand Ukrainian politics is to view it not through the prism of left versus right, but to look at it as east v west* [5].

Замовчування фактів є одним із важливих прийомів маніпуляції, сутність якого полягає в тому, що окремі факти, які можуть викликати суперечливу реакцію аудиторії, просто не висвітлюються або це робиться поверхнево у ЗМІ. Те, що не потрапило на сторінки газет, інтернет-видань або телеекрани проходить непоміченим серед глядів чи слухачів.

Trump is known to be vindictive, and could win another four years in November. On the other hand, if Zelenskyi comes out in full-blooded support, he will look a fool if a Democrat wins the White House. The best option, it seems, is to say nothing [6].

Засоби масової інформації завжди відбивають інтереси тих людей, які перебувають при владі, або тих, хто намагається її здобути. Для створення потрібних образів у свідомості реципієнтів мас-медійні засоби використовують маніпулятивний прийом викривлення фактів у вигляді їх підтасовки або фабрикації [1, с. 298]. Іншими словами, цей прийом полягає у тому, що факти, які подаються, можуть окремо бути правильними, але взяті разом вони складають неправильну, викривлену картину дійсності.

Ukraine Sells Sovereignty: EU loans in exchange for Ukrainian sovereignty. [5] Ukraine Hangs \$100 Billion Debt on Donbas. Kyiv is going to saddle the Donbas with debt for Russia's policy of aggression towards Ukraine. Russia, which launched the war in eastern Ukraine and occupies Ukraine's territories, is responsible for the destruction of swathes of the Donetsk and Luhansk regions and the resulting financial and other losses Ukraine has incurred because of the war [5].

Модифікацією цього прийому є висування на перший план одних і навмисне замовчування інших фактів, це чітко простежується у такому прикладі: *There are no foreign troops there – they are local militia, self-defence forces from the local population [6].*

Прийом подрібнення цілісної картини полягає у демонструванні ЗМІ лише тієї частини проблеми, яка їм корисна, замість показу передісторії виникнення проблеми, її розвитку та вирішення: *The words of the Minister of Foreign Affairs once again prove that a divided Ukraine is not a myth, but a reality, where they are allowed to be “different” only if you support total Pro-Bander Ukrainization and the course of joining NATO [5].*

Тактика посилення на авторитети є однією з поширених маніпулятивних тактик, при цьому у газетних матеріалах наводяться висловлення відомих американських та європейських політиків, які засуджують політику однієї країни та відкрито підтримують державного правителя іншої країни [3]. Таким чином, адресата маніпулятивного впливу переконують у правильності вибору політичного курсу лідерів цієї держави щодо ситуації, що склалася, як це видно з такого прикладу: *Late on Friday German chancellor Angela Merkel called Vladimir Putin and urged him “to help de-escalate the situation and in particular to halt the stream of weapons, military advisers and armed personnel into Ukraine”. The Russian President has insisted it only contains food and aid, and showed some of the contents to journalists [5]. At times like this, Zelenskyy sounds rather Trumpian [6].*

Дезінформація, виступаючи формою викривлення фактів, полягає у подачі відверто помилкового матеріалу. Особливо це стосується телебачення, адже саме телекамера здатна перетворити важливу подію на псевдоподію, спектакль, оскільки об'єкти камери діє таким чином, що змінює акценти й «вагу» подій, стирає межу між істиною та вигадкою: *Starving Ukrainians take bread away from pigeons [5]. Ukrainians are allowed to sell their organs for money [6]. The Euromaidan was an unconstitutional coup [6]. Ukraine is a fake state where banderites kill children wearing orange-and-black striped ribbons [5].*

Фейкові новини спрямовані на дестабілізацію ситуації в країні для досягнення пропагандистських цілей. Дослідники радять ретельно перевіряти інформацію, скептично ставитись до шокуючих чи скандальних повідомлень, шукати першоджерела повідомлень, не довіряти виданням, які підірвали довіру до себе, публікуючи чи поширюючи фейкові новини: *Ukrainian Paratroopers Infect Fellow Military after Training in Western Ukraine [5]. Ukraine – Drug Lord of Europe: Zelensky is turning Ukraine into Europe's main drug supplier [5]. President Putin has already said in the recent past that negotiating with team Trump is like playing chess with a pigeon: the demented bird walks all over the chessboard, shits indiscriminately, knocks over pieces, declares victory, then runs away [6].*

Таким чином, можна стверджувати, що серед вербальних засобів найчастіше вживаються такі вербальні маніпуля-

тивні тактики у ЗМІ, як дезінформація (52,4%), повторення (48,7%), посилення на авторитети (18,5%), замовчування фактів (18,2%), маніпуляція поняттями (15,7%), тенденція до спрощення (13,9%), підсасовка фактів (12,7%) та подрібнення цілісної картини (10,7%).

Порівнюючи стилістичні особливості газетних текстів в американських ЗМІ, маємо відзначити, що для них характерні стислість викладу, компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. В результаті стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення. Основним стилістичним принципом організації мови в публіцистичних текстах є поєднання стандарту та експресії, тому експресивність слугує невід'ємною складовою частиною газетно-публіцистичного стилю.

На стилістичному рівні часто знаходимо випадки персоніфікації, коли держава наділена тими ж рисами, що й людина. Наприклад, *Ukraine – she: “If Ukraine sees her future in the EU, she should change the relations between capital and the government” [6].*

Метафора у публіцистичному тексті є також широко вживаним стилістичним засобом, що пояснюється її образністю, здатністю ефективно реалізувати авторську інтенцію і справляти вплив на читачку аудиторію [4, с. 38]. Метафора слугує для передачі не всієї інформації, а найбільш суттєвої, що утворює основу тексту й здатна викликати відповідну реакцію у реципієнта. Наприклад, *Numerous black swans are now swimming in the global economic lake [6].*

Серед методів маніпулятивних технологій, які найчастіше використовувалися у засобах масової інформації, було виокремлено такі.

1) Анонімний авторитет, тобто апелювання до авторитетної думки задля того, щоби викликати довіру до повідомлення, однак ім'я авторитету не повідомлялося, використовувалися лише безособові конструкції *“They say”, “a little bird told me”, “It is believed”*: *“It is believed that there are points in Minsk, if they are moved around a bit, then what bad can that lead to?”; “They say that as soon as there are no people with weapons, the shooting will stop. That's important” [5].*

2) Апелювання до страху, тобто намагання отримати підтримку своїм ідеям/поглядам з використанням наявних страхів та упереджень аудиторії (наприклад, *We're gonna die. Isn't it time we got used to the idea [6].*)

3) Простота викладу. Цей підхід для аргументації використовує багатократне повторення ідеї, простого слогану чи розповіді, які можуть сприйматися правдивими. Це своєрідна подача інформації у звичайному повсякденному тоні, начебто нічого дивного і страшного не відбувається: *It wasn't economical to do takeaway, he explained, he wished they could, but they'd had to stand down all their staff, and were just hoping they'd be back when this was all over, because they'd worked so hard on the place – you know? But who knew how long it would even take or what “over” was going to mean? Who knows? [5].*

4) Використання слів-класифікаторів, а саме слів у системі цінностей цільової аудиторії, які розкривають вибіркочку правду: журналіст говорить правду або вибірку з правди, яка необхідна для досягнення його цілей, окрім цього, інформація повідомляється в такий спосіб, що слухач і не припускає, що отримує пропаганду. Наприклад, *Despite the obvious injustice*

of the situation the country found itself in, there was little in practice that Ukraine could do except continue fighting Russian aggression while attempting to rally international solidarity and support. Admittedly, Ukraine's plight did help to generate discussion over the need to reform the UN Security Council [6].

5) Використання стереотипів – різновид маніпуляції, призначений спровокувати упередження в аудиторії шляхом навішування на об'єкт пропаганди ярликів, які зображають його в брудному світі. Наприклад, *During his inaugural speech Zelenskyi said that he 'would gladly offer Ukrainian citizens' to all foreigners of Ukrainian origins, inviting them to bring 'your know-how' experience and mentality, to institute dual citizenship which is necessary so that our diaspora can freely return* [5].

6) Створення хибного уявлення шляхом неправдивого тлумачення, тобто спотворення або видалення інформації з публічних документів задля створення хибного уявлення про події, діяння особи чи організації, що включає цілковиту фальсифікацію. Наприклад, *The situation has now become so dire that it has led to speculation over the possibility of a new Russian military advance into mainland Ukraine in order to secure access to Dnipro River water supplies. Short of military intervention and in the absence of significant desalination facilities, it is not clear how Russia can otherwise resolve the issue* [5].

7) Емоційний резонанс чи нагнітання негативного емоційного фону – спосіб створення у широкій читачької аудиторії певного настрою з одночасною передачею пропагандистської інформації. *Shtepa has remained defiant throughout and has sought to portray herself as something of a martyr. She even campaigned in the recent election to win her old job back, finishing third and narrowly missing out on a place in the coming head-to-head vote between the two front runners* [6].

8) Констатація факту, коли бажаний стан речей подається ЗМІ як факт, що вже здійснився, і нічого вже не можна виправити. Наприклад, *Pro-Russian candidates and parties achieved considerable success in eastern Ukraine during nationwide local elections held on October 25. In towns and cities throughout the region, Moscow-friendly political forces claimed the lion's share of the vote and maintained their traditional dominance over the political landscape* [5].

9) Однобічність висвітлення подій – маніпулятивна методика, яка застосовується, спрямовуючись на однобічність висвітлення подій, коли можливість висловитися надається лише одній стороні процесу, в результаті чого досягається помилковий ефект. Наприклад, *But all the above-mentioned gains of hryvnia are now in the past. As the COVID-19 pandemic leaves almost no chance for the Ukrainian national currency* [5].

10) Очевидці події – ефективний прийом, який використовується для створення емоційного резонансу, при цьому опитують багато випадкових людей, зі слів яких формується необхідний значеннєвий та емоційний контент. *Welcome to Ukraine, the most corrupt nation in Europe, I'd say. While the conflict with Russia heats up in the east, life for most Ukrainians is marred by corruption so endemic that even hospitals appear to be infected. Can anyone clean the country up?* [6].

11) Підміна, за якої дискурсивні одиниці маніпулятивного характеру використовуються для позначення несприятливих дій, і навпаки. *Ukraine has recently agreed to a direct dialogue with the so-called LPR and DPR. I don't think it is connected to the change of the government. But these two processes have one*

thing in common – the unlimited power of President Zelenskyi and his, perhaps, great temptation to make decisions that have no ground or vision of the complexity of the challenges facing Ukraine. Therefore, these decisions can be either thoughtless or even harmful [5].

12) Риторичне питання – просте запитання, яке ставиться не задля отримання відповіді, а для узагальнення загальновідомої або очевидної думки, оскільки саме вона вже вміщена у самому запитанні. *Ukraine, a former Soviet republic?* [6].

13) Ствердження – надання ЗМІ переваги бездоказовим аргументам замість об'єктивної дискусії, що обмежує плюралізм думок і просуває лише одну точку зору. *It's a catastrophe, said Pavlo Klimkin, who was the country's foreign minister until last August. "Ukraine now has the reputation of a place that can cause all kinds of trouble. It's the opposite of everything we were working for"* [5].

14) Створення асоціацій, коли об'єкт в очах громадськості штучно прив'язується до чогось такого, що сприймається масовою свідомістю як дуже погане або навпаки (наприклад, *хабарник, фашист, сталініст, мафіози, бандерівець*) *If your country is governed by a fascist junta, any progressive person should take arms and fight it* [5].

15) Створення погрози задля того, щоби змусити людей боятися. Наприклад, *In an increasingly nationalist political competition, the far-right parties failed to propose anything outstanding. But it does not mean they cannot do it later* [6].

Для визначення маніпулятивних тактик були використані такі фрази з негативною конотацією: безлад (*disarray*), екстремістські елементи (*banderites, the right sector member*), розділена країна (*a divided fractured country*), масовий неспокій (*mass disturbance*), політична невизначеність (*political uncertainty*), смертельний хаос (*deadly mayhem*), братовбивчий конфлікт (*fratricidal conflict*), потрясіння (*the turmoil*), кровопролиття (*bloodshed*), криваве насилля (*bloody violence*), повсюдне обурення (*widespread outrage*), мінлива політична криза (*volatile political crisis*), ворожість і недовіра (*the hostility and mistrust*).

Питання постає про те, як розпізнати та відфільтрувати псевдоновини. Існує багато порад досвідчених фахівців про те, як протидіяти інформаційній агресії.

По-перше, необхідно перевіряти новини на достовірність за допомогою наявних програм, які використовуються у світовій практиці (*Snopes, Politifact, FactCheck.org*) та в Україні (*StopFake, VoxUkraine, Слово й діло*). Місія цих сайтів полягає в тому, щоб здійснювати моніторинг публічних заяв політиків, державних діячів, викривати неправдиві твердження та брехливі міфи. На цих сайтах можна не лише знайти статті, але й поставити запитання, прочитати про найпопулярніші онлайн-міфи з посиланнями на достовірні джерела та ознайомитися з неправдивими ідеями політичних лідерів та їх політичних партій. Названі сайти перевіряють інформацію на достовірність та маркують поміткою «правда», «неправда» або «маніпуляція».

По-друге, необхідно вивчити різні точки зору на цю проблему з різних джерел, при цьому це мають бути надійні, авторитетні джерела, написані різними людьми, або звернутися за роз'ясненнями до експертів.

По-третє, читачам слід звертати увагу на виклад матеріалу та заголовки. Якщо в межах однієї публікації часто зустрічаються багаторазові повтори, то це, без сумніву, фейкова інфор-

мація, автор якої змушує читачів повірити в те, що викладено у газетній публікації. Якщо зміст статті не відповідає заголовку, який оформляють великими літерами так, щоб він кидався в очі, то це фейк.

По-четверте, слід покладатися не лише на емоції, але й на здоровий глузд. Використання занадто емоційної лексики, суб'єктивних оціночних суджень, зосередження уваги на одному конкретному випадку мають насторожити читача та не дати себе ввести в оману.

По-п'яте, слід підвищувати свою медіаграмотність, оскільки від уміння розпізнати фейкову інформацію може залежати прийняття певних важливих рішень.

По-шосте, треба запроваджувати медіаосвіту в навчальний процес. На заняттях з медіаосвіти слід сформувати практичні навички використання таких медійно-інформаційних програм, як *Media Sapiens*, *Media Literacy*, *Media IQ*, *Stopfake.org*, *Prometheus*, *Новинна грамотність*, *Довіряй, але перевіряй*, *Медіазнайко*, метою яких є надання базових знань у сфері медіа, ознайомити учнів, студентів з найбільш поширеними видами маніпуляцій і пропагандою, надати базові інструменти перевірки інформації та критичного мислення.

По-сьоме, необхідно створити не лише низку інструментів протидії, але й своєрідну урядово-громадську інфраструктуру боротьби з дезінформацією для захисту демократичного процесу, при цьому головний акцент має бути зроблений на припиненні поширення дезінформації, яка може мати пагубний вплив на масову свідомість реципієнтів.

По-восьме, варто трансформувати бібліотечні фонди у мережу інформаційно-культурних хабів, де науковці з різних галузей мали б змогу зустрічатися і говорити про актуальні для суспільства, країни та світу теми, організувати різноманітні наукові дискусії, які б руйнували міфи та стереотипи, що панують в українському суспільстві, проводити просвітницькі тренінги, під час яких можна поділитися та обмінятися власними думками, життєвим досвідом і проблемами, а також разом знайти оптимальне вирішення актуальних проблем.

По-дев'яте, слід здійснювати фактчекінг, так звану перевірку тверджень на повноту, достовірність та наявність маніпуляцій, що не лише захистить суспільство від брехні, але й допоможе виховати в громадян критичне мислення, змусить політиків відповідати за свої слова, поліпшить якість політичної дискусії.

По-десяте, треба ознайомити пересічних громадян із надійними авторитетними інформаційними ресурсами, такими як *Доступ до правди*, *Державна служба статистики України*, *Відкриті реєстри та бази даних*, *ProZorro*, *CIA World FactBook*, *FactCheck*, за допомогою яких можна буде перевірити інформацію. Вони допоможуть швидко й ефективно ловити політиків чи урядовців на брехні та спростовувати фальшиві новини.

Висновки. Таким чином, маніпуляції, стаючи більш вишуканими та вдосконаленими, можуть здійснюватися у різноманітний спосіб. Проведений аналіз показав, що найчастіше Україна вживається у негативних конотаціях у тематичних висловлюваннях, пов'язаних з внутрішньою та міжнародною політикою, російською агресією, корупцією, хабарництвом, фальсифіка-

цією на виборах, корисливими мотивами суб'єктів політичної діяльності та глобальними проблемами. Практичні рекомендації дадуть змогу читачам/слухачам розпізнавати, аналізувати, критично оцінювати інформацію та формувати свідомого медіаспоживача. Перспективи подальших наукових розвідок ми вбачаємо у доцільності використання спеціальних комп'ютерних програм для виявлення та перевірки правдивості тверджень, повідомлень задля виявлення маніпулятивних тактик.

Література:

1. Бойко О.В. Зовнішній імідж України в світлі англомовної преси. *Наукові записки. Серія: Політика і етнологія*. 2001. Вип. 16. С. 291–307.
2. Брехуненко В.М. Війна за свідомість. Російські міфи про Україну та її минуле. Київ, 2017. 280 с.
3. Бутирський О.С. Україна у дзеркалі західних ЗМІ. URL: <http://journal.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878>.
4. Габар Н.О. Політичний портрет Української держави на сторінках "The New York Times". *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 1993. Вип. 18. С. 36–41.
5. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com>.
6. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com>.

Presner R., Kotenko M. Verbal manipulative technics and ways of counteracting them

Summary. The article is devoted to the study of verbal means of manipulation in the American media discourse on the basis of newspaper texts. The article provides a thorough analysis of manipulative tactics at the verbal level from the American newspapers "The New York Times", "The Washington Post". Words and expressions with negative connotations have been selected with the help of which the mass media expresses its negative attitude to events, excludes the possibility of other interpretations in order to create appropriate negative images and emotions. Particular attention is paid to the use of repetition, the artificial creation of sensation and urgency of the message, the omission of important events, deliberate exaggeration through hyperbolic statements, simplified concepts. Experimental testing has proved that manipulative tactics in the media such as misinformation, references to authorities, omission of facts, manipulation of concepts, tendency to simplification, and falsification of facts and fragmentation of the whole picture are most often used among verbal means. At the stylistic level there are cases of personification, the use of metaphor in a newspaper text. Methods of manipulative technologies, word-classifiers have been singled out as well as practical tips for recognition, analysis, critical evaluation of information that will help to form a conscious media consumer have been generalized. The analysis showed that Ukraine is most often used in negative connotations in thematic statements related to domestic and international politics, Russian aggression, corruption, bribery, election fraud, selfish motives of politicians and global issues. The importance of introducing media education in the educational process, the formation of practical skills in the use of information programs have been substantiated, which are aimed at providing basic knowledge in the field of media in order to check information and develop critical thinking.

Key words: manipulation, counteraction, media discourse, fake, newspaper text, verbal means.

*Pronina H. M.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Translation and Foreign Languages
National Metallurgical Academy of Ukraine**Abramova O. O.,**Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Translation and Foreign Languages
National Metallurgical Academy of Ukraine*

PRODUCTIVE MEANS OF WORD-FORMATION IN THE MODERN LANGUAGE OF AMERICAN SOCIAL WEBS, INTERNET PLATFORM YOUTUBE AND MESSENGERS

Summary. The paper investigates the problems of word-formation in the language of American social networks, video-sharing platform YouTube and messengers. In spite of the existing studies devoted to the morphological nature of neologisms used by teenagers in social networks, the tendencies in word formation in social media, etc., the words derived from the names of the popular social networks and platforms/messengers (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Reddit, WhatsApp) have not been subjected to a thorough analysis and require further investigation. Thus, the authors analyse the lexical units which have recently been formed from the names of the popular social networks and Internet platform/messengers. While studying it was found out that conversion as well as derivation appear to be the most productive means of neologism formation in such specific and popular sphere of modern communication as social networks and the like. In the paper the derivate under analyses have been divided into three semantic categories. The first one denotes the process of using social networks, video-sharing platform YouTube and messengers. This category comprises verbs derived from nouns (proper names) and their non-finite forms – gerunds and participles. The second semantic group includes the nouns used to denote users of this or that social network, Internet platform/messengers. Mostly nouns of this group are derived from the proper name of the social network or Internet platform/messenger by means of the suffixation. The word-forming models created by means of the productive suffixes *-er/-or* to designate the users of the networks/platform/messenger (*Instagrammer, Facebooker, Youtuber, Twitterer, Linkinediner, Redditor* etc.) have been singled out. The cases of utilising other suffixes, such as *-ista, -ee* or *-i*, are less frequent. The third semantic group comprises the adjectives derived from the nouns – proper names of social networks according to the model “*noun+able*” (*Facebookable, Instagramable*).

Key words: word-formation, conversion, derivation, zero derivation, affixation.

Problem statement. Constant development of the English language reflects every little change that occurs in the new culture generated by the Internet communication on various social networks, which results in new vocabulary units appearing and functioning in international context. Thus, the means of word-formation in the language of American social webs, video-sharing platform and mes-

sengers are to be investigated in order to understand the morphological nature of newly appeared words.

Analysis of recent research and publications. Analysis has shown, that there are few studies on the morphological nature of neologisms used by teenagers in social networks (S. Shahlee and R. Mustafa, 2019), the formation patterns of social media terminology (A. Kilyenia, 2015), blending words in social media (G. Giyatmi, R. Wijayava and S. Arumi, 2017), and the tendencies in word formation among teenagers in social media (D. Ljubotenska, 2018). However, the words derived from the names of the popular social networks, video-sharing platform YouTube and messengers have not been subjected to a thorough analysis and require investigation.

The aim of the paper is to investigate the words denoting the constituents of the social networks, video-sharing platform YouTube and messengers functioning, particularly those which have recently entered the English language by means of conversing the already existing lexical units (the names of the popular social networks, etc.) as well as by means of derivation (affixation).

Using the continuous sampling method we have selected the study material from the open Internet resources.

Presentation main material. Nowadays, Internet becomes more and more popular around the world, especially taking into consideration the repeated lockdowns caused by Coronavirus which changed our reality greatly. The number of Internet users is constantly growing in different parts of the world as compared with those in 2018 and 2019. According to Internet World Stats, there are more than 4.5 billion people connected to the Internet all over the world that is about 59 percent of the total global population, while in 2018 it was about 2.6 and in 2019 – 3.5 billion respectively [7]. The USA is among leaders in the Internet communication. The most popular social networks, platforms and messengers in the USA are YouTube, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Twitter, WhatsApp and Reddit [14]. These networks are known all over the world, their names gave birth to a great number of derivatives. The latter became quite popular with Internet users. The language of social networks, etc. has its peculiarities which are caused by the limitations of space as well as the specific conditions of Internet communication. The formation of new Internet terms from the names of the social networks, YouTube and messengers

seems quite productive because it facilitates their understanding by a great number of people from all over the world.

In the study, we propose to divide the derivates into several semantic categories which are common for most social networks, etc. The first one denotes the very process of using social networks or Internet platform/messengers. This category comprises mostly verbs and their non-finite forms – gerunds and participles. The verbs of this category are formed by means of conversion from the names of the corresponding social networks. Conversion is an affixless derivation consisting in making a new word from some existing word by changing the category of a part of speech, the morphemic shape of the original word remaining unchanged [1, p. 68]. Conversion appears to be one of the most productive means of word-formation. Linguists admit “the regularity and the completeness with which converted units develop a paradigm of their new category of part of speech. As soon as it has crossed the category borderline, the new word automatically requires all the properties of the new category, so that if it has entered the verb category, it is now regularly used in all the forms of tense, and it also develops the forms of the participle and the gerund” [1, p. 69]. Let us consider the examples reflecting these processes.

To start with, the noun *Facebook*, which is a proper name of the American social networking service, became a source for the creation of a new verb with three meanings – “to send someone a message on Facebook”, “to publish information on Facebook” and “to spend time using Facebook”, for example: “*I facebooked him and he told me where he lived on campus*” [4]. On the BBC website there is a resource for listening based on the article “Keep your English up-to-date Facebook” by G. Dudeney. The author provides such bright examples of using the verb *facebook* in the meanings “to upload something on the Internet” (“*I’ve just facebooked the photos from my summer holiday*”), “to find a person on Facebook” (“*I facebooked that guy John and it turns out he’s an architect*”), “to contact a person” (“*Did you facebook Susan about the party?*”) [18].

Furthermore, the gerund *facebooking* was created from the verb *to facebook*: “*As Facebook use continues to be an integral part of people’s everyday life, enriching our understanding of the impact of Facebooking on its users will better inform researchers and the lay public alike about the psychological impact of using Facebook*” [5].

Another vivid example of forming a verb from a noun, and then a gerund from this verb has appeared from a world-wide known proper name of the social network Instagram. For instance, one of the articles in the New York Times is titled as follows: “*Should Any Parents Be Instagramming Their Kids?*” [21], where we can observe the verb *to Instagram* used in the Present Continuous Infinitive form. The gerund *Instagramming* is also quite common for the modern English language: “*Check out the first article in our Instagramming your Trip series, which will take you through tips and tricks on making your subject look good in photographs!*” [2]; “*Whilst I can’t cover everything, I can give you general guidelines in the Art of Instagramming like a Boss*” [17]; “*The Top Frustrating Problems with Instagramming for Business – And How to Fix Them!*” [20].

Being a proper name of the American video-sharing platform, the noun YouTube has also provided the basis for the verb formation meaning the following actions (according to Macmillan Dictionary): “to upload a video to the videosharing service YouTube” (e.g.

*The footage has amassed nearly a million views since it was **youtubed** earlier this week*) and “to find something on video-sharing website YouTube” (e.g. *I **youtubed** Oxford University lectures*) [8]. The verb *to youtube* was later transformed into a Gerund: *Is It Too Late to Start Blogging, **Youtubing** or **Instagramming** in 2020?* [8].

However, the Participle II “youtubed” formed from the verb “to youtube” has a somewhat negative coloring. It means “the process by which you intend to go onto YouTube to look up and watch one or two videos but to end up following the links for hours and hours” [24]. It is often used in the pattern “to get+youtubed”: “*I’m sorry baby I meant to call you 2 hours ago but I got **“YouTubed”***” [24].

The verb *to pinterest*, indicating “the action of repining a post on Pinterest” [24] has been created by means of conversion from the noun Pinterest – the proper name of another social network: “*Did you see those tutorials I **Pinterested** yesterday on how to crochet with dog fur?; I should have **Pinterested** that link because I can’t remember what it was now*” [24].

Sometimes participles can be formed from the verbs that were originated from nouns. Thus, the noun Pinterest is a source for the Participle II *pinterested*, used in the situations when “you’re too distracted by Pinterest to be bothered by anything else” [24]: “*Hey come look at this!*” “*Nope, too **Pinterested***” [24].

WhatsApp messenger is very popular among Hispanics in the US. The verb “to whatsapp” means “to communicate with somebody using the social media app, WhatsApp”: “*Could you please whatsapp me pictures of the party scene?*” [12]. Thus, when you “send the message through WhatsApp to him”, it may be rendered as “*you are **whatsapping** him*” [24]. Here we have an example of Participle I formation from the verb “to whatsapp”.

Snapchatting is “the verb form of using the application Snapchat” (a messenger): “*Stop taking selfies! Don’t you have enough pictures of yourself?*” – “*I’m not, I’m **snapchatting***” [24].

The verb “to twitter” may be used to denote the process of “writing a message on twitter” as in the example: “*Wait a second! I’m **twittering***” [24]. Nevertheless, the proper verb for the process of Twitter usage is “to tweet”. In Cambridge Dictionary it is defined as “to publish a short remark or piece of information on Twitter”: “*He **tweeted** that he was just about to meet the president*” [4] or “to communicate on Twitter using quick short messages”: “*Many famous people **tweet** regularly*” [4]. Here the polysemantic word acquires new meaning based on the phonetic motivation. The sounds of tweet publication are similar to those produced by the birds.

The second semantic group which has high frequency of usage in the Internet communication is the nouns used to denote people who use this or that social network/video-sharing platform/messenger. Mostly nouns of this group are derived from the name of the Internet platform by means of the suffixation, generally by suffix *-er/-or*. Nevertheless, there are some cases when other suffixes such as *-ista*, *-ee* or *-i* are used.

Instagram + -er → **Instagrammer**, meaning “someone who regularly shares images, or other things such as video or text, on the social media service Instagram” [4]: “*What Kind Of **Instagrammer** Are You?*” [22]; “*Pro-Shot: Food Photography for the Blogger and **Instagrammer**: Learn to Shoot and Edit Photos on Your Smartphone for Tasty Results That Get Noticed!*” [10]; “*If you’re planning a trip to London, here are 10 top London **Instagrammers** to follow*” [4].

YouTube + -er → **Youtuber** – “a person who often uses the website YouTube, especially someone who makes

and appears in videos on the website” [4]: *Forgot about becoming an astronaut—these days, kids are three times more likely to dream of becoming a professional YouTuber* [24]; *Here’s a list of the most subscribed YouTubers and channels on the platform; It’s also become a platform for YouTubers to become superstars in their own right* [3].

Facebook + -er → **Facebooker**. The derived word means “someone who uses the social networking site Facebook on a regular basis” [12]: *If you’re a Facebooker who’s lusting after the Apple iPad ... then chances are you’re aged between 18 and 25 and have an interest in popular culture ...* [12]; *Within hours, I had nearly 150 bloggers, Tweeters, and Facebookers volunteering to participate* [13]. At the same time there are those who are addicted to Facebook. On the contrary to the first group of people such fans of Facebook are called “**facebookee**”: “Check back again, you facebookee!” [24].

Snapchat + -er → **Snapchatter**. This is “a user of the mobile photo messaging application Snapchat”: “What kind of snapchatter are you?” [23].

Twitter + -er → **Twitterer**, meaning “a person who uses Twitter”: *She is anything but a twitterer, though – it is the warmth of the voice that makes it truly heavenly* [13]. Moreover, people who are addicted to Twitter, “who use Twitter a lot” are called **twitterati**: “*The twitterati were able to communicate news on the subject*” [4].

LinkedIn + -er → **Linkediner**. Linkediners are called those “who joined the LinkedIn social connection network LinkedIn”: “*I just submitted another post for all my fellow Linkerdiners to “like”* [24]. “Linkediners” are quite often used as addressing to the members of the network: “*Dear Linkediners, thank you, muchas gracias, grazie molte!*” [16] or “*Dear Linkediners, may I have your attention please...*” [11].

Reddit + -er → **Redditor**. The lexical unit “**redditor**” has a somewhat negative connotation because it means “an introverted and emojiophobic person who spends way too much time on Reddit to gain virtual Internet points because they can’t get a girlfriend”: “*Redditors hate reports and will call other Redditors out on it, then they will go post a repost themselves*” [24].

Pinterista is a derivate from Pinterest which is based upon the analogy of building nouns in Spanish or Italian. Hence, in the below examples one may see the ending “-istos” which is analogous to Spanish ending indicating males. Pinterista means “a fabulous person who is devoted to the online pin board called Pinterest” or “a fabulous person who believes in the power of Pinterest”: “*Only Pinteristos know how to pin*”; “*I’m a Pinterista since I learned how to make a tutu on Pinterest*” [24].

The third semantic group comprises the adjectives derived from the names of social networks and video-sharing platform YouTube. They are mainly derived according to the model “**noun + -able**”. This became possible due to “the flexibility of the English vocabulary system that makes a word formed by conversion capable of further derivation, so that it enters into combinations not only with functional but also with derivational affixes characteristic of a verbal stem, and becomes distributionally equivalent to it” [1, p. 71].

The derivative *Instagrammable*, meaning “attractive or interesting enough to be suitable for photographing and posting on the social media service Instagram” [4], is formed by means of adding the suffix *-able* to the noun Instagram: *World’s most Instagrammable spots: Find the best location for Instagram pho-*

tos in every city and country [6]; *Looking for the most Instagrammable places in London? I’ve chosen 35 cool spots in my hometown that are guaranteed to blow up your feed* [18]. Moreover, the hashtag #instagrammable refers to 258 553 publications on the Instagram.

The same word-forming model is observed in the word **Facebookable**, that is used in the meaning of “*Worthy of a Facebook post*” and “*Appropriate enough to be seen online, especially on Facebook*” [19]: *Here’s a totally Facebookable idea: putting a propeller like this on a golf cart* [19]; *You know it was a good night when only 3 out of 152 pics are facebookable* [24].

Twitterable are called those “things which are worthy of being put on Twitter”: “*I just had the most awkward run in with my ex. This is totally twitterable!*” [24].

The suffix *-able* can also be found in the lexical unit “**YouTubeable**” which has the following meanings: “*A video that is able to be uploaded to YouTube*”, “*A video worthy of being uploaded to YouTube*”, “*A video that can be found on YouTube*”. As examples the following sentences can be considered: “*I just took some digital video of the dog doing a deuce. Is it YouTubeable?*”; *This show is just too old to be YouTubeable*” [24].

The adjective *Pinterestable* is used “when you like something you’ve seen on Pinterest and want to pin it on a board you have”: “*This craft project is pinterestable*” [24].

The adjective *snapchatable* has a somewhat different meaning. It denotes something “worthy of a snapchat, can be used as a “*snapchatable time*” meaning that the people involved are having an interesting time, worthy of sharing with others through video”: “*It looks like they’re having a snapchatable time*” [24].

At the same time, the model “**noun + -ing**” appears to be less frequent when it comes to the formation of adjectives, for instance **Pinterest + -ing** → **pinteresting** used to refer to the situations “*when a Pinterest pin piques ones interest*”: *Wow that’s very pinteresting!* [24]. It is obvious that this adjective is formed analogously to the adjective “interesting”. Just the same principle was used while forming the adjectives “pinterested” and “not pinterested”.

Conclusions. In the study, we propose to divide the derivate into several semantic categories which are common for most social networks/video-sharing platform/messengers. The first one denotes “the process of using this or that Internet platform”. This category comprises mostly verbs and their non-finite forms – gerunds and participles. The verbs of this category are formed by means of conversion from the names of the corresponding social networks, etc. The second semantic group which has high frequency of usage in the Internet communication is the nouns used to denote people who use this or that social network. Mostly nouns of this group are derived from the names of the social webs/Internet platform/messengers by means of the suffixation, generally by suffix *-er/-or*. Nevertheless, there are some cases when other suffixes such as *-ista*, *-ee* or *-i* are used. The third semantic group comprises the adjectives derived from the names of social networks. They are mainly derived according to the model “**noun + -able**”. So, the study of neologisms in such important part of people life as Internet communication has showed that newly formed words are often produced by conversion and derivation on the basis of the names of already existing social networks. The Internet users who are number ones in the process of creating neologisms try to facilitate understanding of new lexical units and therefore in most cases imitate the patterns of the ordinary words formation.

The means of word-formation in the modern language of American social webs/YouTube/messengers requires further study due to the fact, that new social networks and Internet platforms/messengers are inevitably going to appear in the future, thus, becoming a source for creating new lexical units.

References:

1. Ніколенко А.Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика. Вінниця : Нова Книга, 2007. 528 с.
2. A Complete Guide to Instagramming your Trip. URL: <https://www.travelex.com.au/travelex-hub/travel-tips/instagramming-your-trip-looking-good-in-photos>.
3. Boyd J. The Most-Subscribed YouTubers and Channels URL: <https://www.brandwatch.com/blog/most-subscribed-youtubers-channels>.
4. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>.
5. Hu X., Kim A., Siwek N., Wilder D. The Facebook Paradox: Effects of Facebooking on Individuals' Social Relationships and Psychological Well-Being. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5281564>.
6. Instagrammable Spot. URL: <https://bigseventravel.com/category/instagrammable-spots>.
7. Internet World Stats. URL: <https://www.Internetworldstats.com/stats.htm>.
8. Is It Too Late to Start Blogging, Youtubing or Instagramming in 2020? URL: <https://northabroad.com/is-it-too-late-to-start-blogging-youtubing-or-instagramming-in-2020>.
9. Keep your English up to Date. URL: https://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/radio/specials/1720_uptodate4/page14.shtml.
10. Kerry M. Pro-Shot: Food Photography for the Blogger and Instagrammer: Learn to Shoot and Edit Photos on Your Smartphone for Tasty Results That Get Noticed! USA, 2020. 120 p.
11. LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/dear-linkediners-may-i-have-your-attention-please-lokesh-vishwakarma>.
12. Macmillan Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british>.
13. Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. URL: <https://www.lexico.com/definition/facebooker>.
14. Perrin A., Anderson M. Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018>.
15. Reverso Context. URL: <https://context.reverse.net/перевод-англійський-руський/tweet>.
16. Scialpi D. Dear LinkedIners, thank you, muchas gracias, grazie molte! *Economist*. 2016, Jul. 18. URL: <https://davidescialpi.medium.com/dear-linkediners-thank-you-muchas-gracias-grazie-molte-220400b73d62>.
17. The Art of Instagramming Like a Boss. URL: <https://www.the-entourage.com/blog/art-instagramming-like-boss>.
18. The Most Instagrammable Places in London – 35 Photography Spots You Won't Want to Miss. URL: <https://www.londonxlondon.com/instagrammable-places-in-london>.
19. The Rice University Neologisms Database. URL: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=20761>.
20. The Top Frustrating Problems with Instagramming for Business – And How to Fix Them! URL: <https://neilpatel.com/blog/fix-instagram-frustrating-problems>.
21. Weiner J. Should Any Parents Be Instagramming Their Kids? URL: <https://www.nytimes.com/2020/06/16/opinion/myka-stauffer-children-social-media.html>.
22. What Kind of Instagrammer are you? URL: <https://www.tryinteract.com/quiz/what-kind-of-instagrammer-are-you>.
23. What Kind of Snapchat are you? URL: <https://mashable.com/2017/01/02/types-of-people-on-snapchat>.
24. Who's the Most Popular YouTuber in Every Country? URL: <https://www.visualcapitalist.com/worlds-most-popular-youtubers>.
25. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com>.

Проніна Г. М., Абрамова О. В. Продуктивні засоби словотвору в сучасній мові американських соціальних мереж, інтернет-платформ YouTube та месенджерів

Аноація. Статтю присвячено дослідженню проблеми словотворення в мові американських соціальних мереж, відеохостингу YouTube та месенджерів. Незважаючи на невелику кількість наявних досліджень, присвячених морфологічній природі неологізмів, що використовуються підлітками в соціальних мережах, тенденціям до словотворення у соціальних мережах, слова, що походять від назв популярних соціальних мереж та інтернет-платформи або месенджерів (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Reddit) не поставали об'єктом вичерпного аналізу і вимагають подальшого вивчення. Таким чином, у статті проаналізовано слова, які нещодавно увійшли до англійської мови шляхом конверсії вже наявних лексичних одиниць (назв популярних соціальних мереж, інтернет-платформи та месенджерів), а також за допомогою деривації (афіксації). Нульова деривація, або конверсія, постає одним з найбільш продуктивних засобів утворення дієслів від іменників, які є джерелом творення герундія та дієприкметників. Аналізовані у статті похідні слова класифіковано на три семантичні категорії. Перша категорія слів використовується на позначення власне процесу використання соціальних мереж, інтернет-платформи та месенджерів. Ця категорія включає дієслова, утворені від іменників, що позначають власні назви, та їх неособові форми, такі як герундій та дієприкметник. До другої семантичної групи віднесено іменники, що використовуються на позначення користувачів соціальних мереж, YouTube, месенджерів. Іменники цієї групи походять від назв соціальних мереж або інтернет-платформи за допомогою суфіксації. Виділено словотвірні моделі, утворені за допомогою продуктивних суфіксів *-er/-or* на позначення користувачів мереж/платформи/месенджерів (*Instagrammer, Facebooker, Youtuber, Twitterer, Linkinediner, Redditor* тощо). Випадки використання інших суфіксів, таких як *-ista, -ee, -i*, є менш частотними. Третя семантична група включає прикметники, що походять від іменників, що позначають назви соціальних мереж, за моделлю «іменник + *-able*» (*Facebookable, Instagramable*).

Ключові слова: словотворення, конверсія, деривація, нульова деривація, афіксація.

Редька І. А.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германської філології
Київського університету імені Бориса Грінченка

ЕМОТИВНІСТЬ АНГЛОМОВНОГО СОНЕТА: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ ВІРШОВАНИХ ТЕКСТІВ ДЖ. КІТСА “TWO SONNETS ON FAME”)

Анотація. Статтю присвячено з'ясуванню особливостей формування емотивності англomовного сонета на основі поетичних текстів, написаних Дж. Кітсом. З огляду на те, що емотивність поетичного тексту не підлягає безпосередньому вивченню з огляду на свою дифузність, її дослідження уможливується через методики моделювання в поетичному тексті. Таким чином, модель емотивності вірша постає як така, що складається з низки флукутацій (коливань) різної валентності та інтенсивності, які формують емотивну траєкторію вірша. Емотивна траєкторія поетичного тексту являє собою синусоїдну криву, що несе інформацію про пережите чи переживане емоційне враження автора або їх комплекс. Оскільки сонет має канонічну поетичну форму, він (за теорією Р. Цура) розглядається як конвергентний текст. Це означає, що образність такого поетичного тексту, зокрема емоційна, є осмисленою, скоерованою автором і націленою на створення певної смислової домінанти. Застосування процедур конвергентного мислення (аналогові мапування, групування образів за антиномічними ознаками в образні простори тощо) щодо оброблення емоційних вражень має визначальний вплив на формування моделі емотивності сонету. Нею є транзитивна модель, яка передбачає розгортання ключового емотиву щодо його піку й подальше скерування до афективного нуля, за яким простежується трансформація такого емотиву на емотив із протилежними ознаками. Таким є цільовий емотив тексту. В проаналізованих сонетах Дж. Кітса ключовим є емотив страждання ліричного суб'єкта через неможливість досягнення слави, де пік складає емоційний образ роздратування, що передається відповідними лексичними одиницями (*madman, fever, love-sick*), а емотивний поворот сприяє формуванню цільового емотиву вірша – внутрішньої гармонії ліричного суб'єкта.

Ключові слова: емотив, сонет, поетичний текст, конвергентне мислення, лінгвокогнітивне моделювання.

Постановка проблеми. Емотивність поетичного тексту є однією з його категорій, що постає як єдність змісту (образності емоцій) та форми, а саме художніх засобів, які маркують емоційні враження автора, яким, як правило, притаманна певна дифузність або розмитість. Проблема емотивності поетичного тексту в широкому розумінні охоплює питання націленості мовленнєвих засобів вірша на передачу емоційних вражень автора читачеві. Вона є і, вочевидь, ще довгий час залишатиметься актуальним предметом дослідження, адже сучасні розвідки не лише встановлюють вагомі положення про особливості комунікації емоцій людини, але й виявляють усе більше нових, не окреслених аспектів цього процесу, які потребують подальшого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В межах вищезазначеної проблематики проведено чимало досліджень. Їх результати є потужним доробком, який дає змогу детальніше розглянути нюанси втілення авторських емоцій у поетичних текстах. Так, нині окреслено сутність термінів «емоційність людини» (як первинного психофізіологічного явища) й «емотивність тексту» (що є вторинним щодо емоційності поняттям, точніше, мовленнєвим вираженням емоції) [1]; з'ясовано співвідношення категорій *емотивний – експресивний – естетичний* у художньому тексті [2; 3; 4]; описано специфічні риси емоційної лексики [5] та запроваджено поняття емотиву як лексичної одиниці, що репрезентує емоцію/емоції [1, с. 28; 6], розроблено типологію емотивів (емотиви-номінативи, емотиви-дескриптиви, емотиви-експресиви) [1], виявлено принципи поєднання емотивів у комплексні текстові утворення, а саме емотивні мережі [7]; розкрито характеристики емотивної функції в мові [8]; розроблено методики оприявлення дифузних образів емоцій задля виявлення особливостей створення емотивного резонансу [9; 10]; реконструйовано моделі формування емотивності в жанроспецифічних поетичних текстах [11]; виявлено специфіку емотивності дивергентних і конвергентних поетичних текстів [12], де дивергентний поетичний текст розглядається як вмістище безпосередніх авторських емоційних вражень, а конвергентний трактується як такий, що фіксує осмислені авторські емоційні образи [12; 13]. Положення згаданих досліджень дають змогу по-новому розглянути вже добре вивчені на цей час жанрові різновиди поезії. Зокрема, стаття присвячується виявленню особливостей втілення авторських емоційних вражень у сонеті.

Метою статті є встановлення моделі емотивності англomовного сонету. При цьому зазначимо, що під моделлю емотивності поетичного тексту розуміємо своєрідний конструкт, що несе інформацію про емоційне враження (або їх комплекс) автора. Процес моделювання передбачає створення «знакового образу об'єкта, що моделюється» [14, с. 206], його «відображення у вигляді наукового опису» [14, с. 206]. Реконструкція моделі емотивності поетичного тексту уможливується постульованими висновками досліджень у галузі емотіології (перелік зазначено вище); положеннями психології про емоції та почуття людини [15; 16], а також теоретичними здобутками когнітивної поезики про об'єктивізацію глибинних смислів, вписаних у поетичних текстах [12]. Процес моделювання емотивності поетичного тексту підкріплюється графічним унаочненням досліджуваного об'єкта. Об'єктом дослідження постає емотивність англomовного сонету, а предметом – механізми вті-

лення авторських емоційних вражень у художніх засобах і текстових прийомах сонету.

Встановлення моделі емотивності поетичного тексту включає реконструкцію наявних у ньому флукуатів (від англ. *fluctuate* – коливатися), де кожен флукуат складається з порогу емоційного враження, його піку та спаду. Емотивному флукуату притаманні такі характеристики, як валентність та інтенсивність (терміни екстрапольовані з психології емоцій [16, с. 129]), де під валентністю розуміють якісні ознаки емоційного враження (у широкому сенсі його аксіологію, а саме позитивну чи негативну), а під інтенсивністю – силу переживаної емоції [16, с. 129]. Чергування флукуатів різної валентності створює в тексті емотивні повороти, а сукупність останніх формує емотивну траєкторію поетичного тексту. Вона являє собою синусоїдну криву, що несе інформацію про пережите чи переживане емоційне враження автора або їх комплекс. Конфігурація емотивної траєкторії залежить від специфіки авторських переживань і його творчого задуму, жанрової належності поетичного тексту, а також інших чинників. Зробимо спробу реконструювання моделі емотивності англомовного сонету на основі двох віршованих текстів “Two Sonnets on Fame” [17], написаних Джоном Кітсом (1795–1821 pp.).

Виклад основного матеріалу. Виходячи з припущення, що на формування категорії емотивності впливають жанрові особливості віршованого тексту, зробимо короткий огляд визначень сонету.

Сонет (іт. *sonetto* – звучати) – це поетичний текст, що має виструнчену «канонічного карбування» поетичну форму. Такий вірш складається з 14 рядків, які традиційно об'єднуються у два катрени й два терцети. Однак така строфічна будова не є постійною і має низку варіантів. Так, наприклад, вибрані для аналізу поетичні тексти складаються з трьох катренів та одного дистиха.

Композиція сонета є також канонічною. Кожна строфа – це завершене смислове ціле. Перший катрен, як правило, містить експозицію вірша, що презентує його основну тему. В другому катрені подається розвиток теми. Обидва катрени сонета ведуть лінію підйому. Далі починається низхідна лінія теми: у першому терцеті подається натяк на розв'язку вірша, а в другому – її швидка реалізація. При цьому в останньому рядку віршованого тексту вона є найбільш чітко вираженою [18, с. 276]. Внутрішня гнучкість сонетної форми тяжіє до постійного оновлення канону [19, с. 649]. За тематикою сонети є найбільш поширеними у медитативній, а також у пейзажній ліриці [19, с. 650].

З огляду на розглянуті вище положення сонет є конвергентним поетичним текстом, у якому образність тяжіє до певної смислової домінанти [12]. Конвергентні тексти зумовлюються механізмами й процедурами конвергентного мислення, які включають різні мапування (*mappings*), логікою створення акцентів, використанням ритміко-метричної матриці у вірші тощо. Отже, такий текст, вочевидь, не може містити безпосередньо переживані емоційні враження автора. Скоріше, він присвячується поетичним рефлексіям над почуттями ліричного суб'єкта, як, наприклад, у В. Шекспіра [20; 21], тому емоційна образність сонета завжди має відбиток раціонального мислення автора. Емоційні враження, вписані в сонет, є «модифікованими» враженнями автора (*metamorphic passions*, термін Д. Майла [13]).

Аналізовані поетичні тексти являють собою диптих: вони написані на одну й ту ж тематику – тематику слави – й за зако-

нами диптиху, другий вірш є логічним продовженням першого. У віршах йдеться про марні зусилля індивіда здобути собі славу. Вона приходиться до тих, хто на неї зовсім не чекає і не вибирає до неї шляху. Для створення композиційного конфлікту в тексті (а сонет є, за Й. Бехером, «найдіалектичнішим художнім видом», якому притаманна інтенсивна драматургічність [19, с. 649]), що реалізується в антиномічній організації строф) автор протиставляє шукача слави персоніфікованому образу слави, а саме примхливій жінці. Таким чином, у вірші створюються два образні простори, взаємодія яких визначає формування емотивної траєкторії вірша та моделі емотивності.

Образні простори сонета. Під образним простором розуміємо фрагмент образної системи поетичного тексту, об'єднаний певною смисловою домінантою. У межах першого сонету диптиха можна виокремити такі два антиномічні образні простори: образний простір шукача слави та образний простір алегорії слави, які протиставляються і дають початок третьому. Третій образний простір цього вірша має риси емерджентного, тобто такого, який з'являється в результаті взаємодії двох антиномічних просторів. Отже, ним є образний простір байдужої до слави людини.

Образний простір шукача слави маркований образом індивіда, який постає у світлі раба своїх бажань і почуттів, божевільного: *To those who woo her [Fame] with too slavish knees; love-sick Bard; Artists lovelorn; madmen*. Образний простір алегорії слави представляє абстрактне поняття слави у вигляді жінки легкої поведінки: *Fame, like a wayward girl*, непередбачуваної особи, алогічної у своїх діях: *will still be coy / To those who woo her with too slavish knees, / But makes surrender to some thoughtless boy, / And dotes the more upon a heart at ease*, особи, яка робить усе всупереч, аби викликати роздратування в ліричного персонажа. Серед інших образів, у які втілюється поняття слави, слід назвати образи жінки-циганки, жінки-зрадниці, доньки міфологічного божества Ніла, своячки Потіфара (сестри підступної жінки Потіфара, яка, вочевидь, для автора характеризується такими ж підступними рисами): *a Gypsy, Nilus-born, Sister-in-law to jealous Potiphar*.

Образний простір байдужої до слави людини є цільовим простором сонету. Тут створюється ідеальний образ індивіда, який імітує байдужу поведінку алегорії слави, намагаючись її провчити. Формування такого образу уможливується шляхом проєктування рис, притаманних персоніфікованому образу слави, на образ шукача слави.

Другий сонет є логічним продовженням попереднього тексту, де отримує розвиток цільовий простір диптиха, а саме образний простір байдужої до слави людини. Цей образ розгортається за допомогою низки антитез. Спраглий до слави індивід порівнюється зі хворим на лихоманку чоловіком: *How fever'd is the man, who cannot look / Upon his mortal days with temperate blood, / Who vexes all the leaves of his life's book, / And robs his fair name of its maidenhood*. У цьому він є подібним до парадоксальних образів, які маркуються, зокрема, онімами на позначення міфологічних істот: *It is as if the rose should pluck herself / Or the ripe plum finger its misty bloom / As if a Naiad, like a meddling elf, / Should darken her pure grot with muddy gloom*. Натомість відсутність гарячкуватої поведінки в пошуках слави передається граційними, гармонійними образами: *But the rose leaves herself upon the briar, / For winds to kiss and grateful bees to feed, / And the ripe plum still wears its dim attire, / The undisturbed lake has crystal space*.

За допомогою творчих процедур автора антиномічні образи диптиху проходять етапи протиставлення, проєктування, зіставлення задля створення цільового образу сонету, а саме гармонійного індивіда, якому властиво перебувати в емоційному стані рівноваги або благодаті.

Модель емотивності сонета. Кожен з образних просторів формує свій домінуючий емотив, який на рівні цілого тексту можна розглядати як мезоемотив (проміжний емотив). На текстовому рівні формується цільовий емотив вірша як результат взаємодії двох мезоемотивів. Він фіксує цільовий емоційний образ автора поетичного тексту. Емотивне значення віршів є невідривним від образного й логічного наповнення тексту. Таким чином, переключення авторської творчої уяви між двома образними просторами *пошукача слави* та образного простору *алегорії слави* створює емотивні коливання, що відбуваються між двома полюсами *емоціосфери людини*. Одразу зазначимо, що під *емоціосферою людини* розуміємо конструкт, ментальне утворення, сформоване системою концептів, що несуть інформацію про емоційні враження індивіда. Йому притаманна сферична структура із чітко окресленими полюсами. Один полюс представлений образом емоції роздратування нездійсненим бажанням ліричного суб'єкта мати славу. Цей образ внутрішнього почуття характеризується негативною валентністю і гранично високою інтенсивністю. На рівні мовлення він передається лексичними одиницями, що передають екстеріорізацію внутрішнього стану божевільної людини, а саме роздратування, лихоманку, несамовитість та хворобливість. Такий образ емоції підсилюється постійно присутнім стимулом, а саме байдужістю алегорії слави або прихованою насмішкою з її боку. Протистояння між двома домінуючими образами створює два мезоемотиви, такі як страждання та байдужість, де мезоемотив байдужості сприяє розвитку мезоемотиву страждання, підводячи його до піку інтенсивності. Таким чином, мезоемотиви створюють пік емотивного флуктуату. Включення механізмів *ratio* нейтралізує такий образ емоції в тексті. Це відбувається мотивом переконання ліричного суб'єкта поводитися аналогічним чином або аналогією з іншими образами, які виявляють непідробний спокій, отже, справляють враження внутрішньої гармонії і грації, якими захоплюються оточуючі.

Отже, емоція роздратування посилюється породжуючим її стимулом (відсутністю належної і бажаної для ліричного суб'єкта слави) та нейтралізується емоційною образністю спокою. Цей образ представляє протилежний полюс *емоціосфери людини*. Отже, спокій є цільовим емотивом тексту, з яким асоціюються врівноваженість ліричного суб'єкта, раціональність його дій і мислення; спасіння у релігійному сенсі; грація і гармонія у термінах естетики.

Аналізованому сонету-диптиху притаманна транзитивна модель емотивності, де образ певної емоції розгортається, розвивається, досягає найвищого ступеня інтенсивності, а потім прагне до «афективного нуля», який його нейтралізує і переводить ліричного суб'єкта в нову площину почуттів. У цьому разі нею є спокій, благодать і гармонія.

«Афективний нуль» як точка встановлення внутрішньої гармонії ліричного суб'єкта. «Афективний нуль» – це відтинок емотивної траєкторії вірша, на якому образ емоції високої інтенсивності нейтралізується. Натомість встановлюється почуття рівноваги, гармонії, благодатного спокою ліричного суб'єкта. Як ми зазначали раніше, сонет є конвергентним поетичним тек-

стом. Це означає, що емоція, переживана або пережита автором поетичного тексту, є не безпосередньою, а осмисленою ним. Включення *ratio*, механізмів рефлексії автора над почуттями означає актуалізацію механізмів оволодіння, керування своїми переживаннями й самим собою. Таким чином, у тексті з'являються образи, породжені аналоговим мисленням автора, які унаочнюють проблему, екстеріорізують внутрішні почуття і пояснюють зміст емоції, який для багатьох є прихованим з огляду на заплікненість своїми почуттями. З іншого боку, у сонеті наявні поради автора, які нейтралізують «розкручений» образ емоції. Зазначені поетичні стратегії переводять ліричного персонажа від власних тривог до стану рівноваги або благодаті.

Отже, в аналізованих текстах емотивна траєкторія скеровується до «афективного нуля» й надалі розгортається у напрямі образу емоції позитивної валентності.

Висновки. Модель емотивності поетичного тексту – це реконструйований алгоритм відтворення авторської емоції. Оскільки емоції людини не підлягають безпосередньому спогляданню, їх вивчення уможливується шляхом моделювання. Модель емотивності передбачає наявність двох антиномічних просторів, переключення авторської уваги між якими створює емотивну траєкторію вірша. Емотивна траєкторія вірша являє собою синусоїдну криву, що фіксує емотивні коливання в тексті. Коливання представлені емотивними флуктуатами, які структурно включають поріг, пік, спад, що веде до «афективного нуля», який дає початок емотивному повороту. Отже, в аналізованих сонетах емотивна модель є транзитивною, де певний образ емоції досягає свого піку і в подальшому шляхом логічного осмислення нейтралізується та трансформується на протилежний.

Перспективами цього дослідження є виявлення можливих векторів розгортання транзитивної моделі сонета в системі координат ментального конструкту «емоціосфера людини».

Література:

1. Шаховский В.И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград : изд-во Поликарпов И.Л., 2016. 504 с.
2. Болотнова Н.С. О связи эмотивного и эстетического кодов поэтического текста. *Человек в коммуникации: от категоризации эмоций к эмотивной лингвистике* : сборник научных трудов, посвященный 75-летию профессора В.И. Шаховского. Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2013. С. 257–263.
3. Ленько Г.Н. Уровни анализа текстовой эмотивности на примере художественного стиля. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/urovni-analiza-tekstovoy-emetivnosti-na-primere-tekstov-hudozhestvennogo-stilya> (27.07.2018).
4. Нашхоева М.Р. Лингвистическая концепция эмоций и эмотивности текста. *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. 2011. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskaya-kontseptsiya-emotsiy-i-emetivnosti-teksta> (27.07.2018).
5. Єрмоленко С.Я. Емоційна лексика. *Українська мова. Енциклопедія* / укл.: В.М. Русанівський, О.О. Тараненко, М.П. Заблук. Київ : Українська енциклопедія, 2000. С. 157–158.
6. Гончарова Ю.Л. Слова-названия эмоций в когнитивном аспекте: дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01. Ростов-на-Дону, 2003. 162 с.
7. Редька І.А. Мережі емотивних кодів поетичного тексту (на матеріалі вірша В. Стівенса "The Planet on the Table"). *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Т. 2. С. 153–157.

8. Жеребило Т.В. Эмотивная функция языка. *Словарь лингвистических терминов*. Назрань : Пилигрим, 2010. URL: https://lingvistics_dictionary.academic.ru (4.12.19).
9. Воробйова О.П. Ідея резонансу в лінгвістичних дослідженнях. *Мова. Людина. Світ* : збірник наукових статей до 70-річчя професора М. Кочергана / відп. ред. О.О. Тараненко. Київ : вид. центр КНЛУ, 2006. С. 72–86.
10. Гладыо С.В. Эмотивність художнього тексту: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі сучасної англомовної прози) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2000. 19 с.
11. Редька І.А. Англомова віршована пастораль у ракурсі категорії емотивності: лінгвопоетична перспектива. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2016. Вип. 29. С. 196–209.
12. Tsur R. Cognitive Poetics and Speaking the Unspeakable. URL: <https://www.tau.ac.il/~tsurxx/Chinese%20lecture.pdf> (дата звернення: 01.07.15).
13. Miall D. Beyond the Picturesque: An Affective Poetics of Coleridge's Landscapes. URL: http://cogweb.ucla.edu/Culture/ACR_98_Miall.html (дата звернення: 12.03.16).
14. Ивин А.А., Никифоров А.Л. Словарь по логике. Москва : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1997. 384 с.
15. Изард К.Э. Психология эмоций. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 464 с.
16. Фельдман Б.Л. Як народжуються емоції. Харків, 2018. 480 с.
17. Keats J. Two Sonnets on Fame. URL: <https://www.poemhunter.com/poem/two-sonnets-on-fame> (дата звернення: 05.07.20).
18. Квятковский А.П. Поэтический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1966. 367 с.
19. Літературознавчий словник-довідник / упор.: Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів, В.І. Теремко. Київ : Академія, 1997. 752 с.
20. Филимонова О.Е. Репрезентация категории эмотивности в сонетах Шекспира. *Вестник РУДН. Серия: Лингвистика*. 2015. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/representatsiya-kategorii-emotivnosti-v-sonetah-shekspira> (дата звернення: 15.01.2021).
21. Момот А.Д. Когнитивно-семантический анализ понятия *love* в сонетах У. Шекспира : автореф. дисс. ... канд. філол. наук. Санкт-Петербург, 2012. 24 с.

Redka I. Emotiveness of English Sonnet: the cognitive aspect (a study of “Two Sonnets on Fame” by J. Keats)

Summary. The paper is focused on finding out the peculiarities of emotiveness construing in the poetic texts written by John Keats. Emotiveness is regarded in the article as the category of the poetic text which presents itself as the unity of its form and content, where the content is represented by the author's emotional images and the form – by the emotive or lexical means that mark images of emotions in texts. As far as emotiveness of the poetic text is a discreet phenomenon and thus cannot be a subject of immediate analysis, its studying is enabled through the methods of modeling in poetic texts. Thus, the model of emotiveness appears as to be a construal that consists of a number of fluctuations of different valences and intensity. Their total number forms an emotive trajectory in the poetic text. Formally, the emotive trajectory is a sine wave that graphically tracks in the text changes in distribution of emotional images or their complex experienced by the author at the moment of writing or prior to it. As the sonnet has a canonic form, it (according to R. Tsur) should be regarded as a convergent text. It means that the imagery of such a poetic text is processed by cognitive mechanisms and directed at creation of a specific focus in the text. The usage of procedures of convergent thinking (for example, analogous mappings, grouping of antonymic images within image-bearing spaces, etc.) to emotional images predetermines the formation of the model of emotiveness in a sonnet. It has been found out that the analyzed sonnets are based on the transitive model of emotiveness. Such model presupposes the development of the key emotive image towards its peak and then turning to affective zero point and transforming to the emotive image with the opposite valence, which appears to be the target emotive image in the poetic text. In the poetic texts by J. Keats, the key emotive image is represented by the image of suffering which gradually transforms to the image of the inner harmony of the persona.

Key words: emotive image, sonnet, poetic text, convergent thinking, cognitive modeling.

*Рожкова І. Г.,**старший викладач кафедри грецької філології та перекладу
Маріупольського державного університету*

ГРЕЦЬКІ АНТИЧНІ МОТИВИ В ТВОРЧОСТІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ТА ЇХ ТЛУМАЧЕННЯ З ПОГЛЯДУ НЕОЕЛЛІНІСТИКИ

Анотація. Статтю присвячено опису відбиття грецьких мотивів, зокрема античних мотивів, традиційних символів Стародавньої Греції, у творчості Т. Шевченка та їх тлумаченню з поглядів сучасних неоелліністів України та Греції. Розглянуто загальні тенденції прояву античних мотивів в українській літературі з огляду на тісні плідні історичні зв'язки протягом століть культури українського народу з грецькою культурою. З'ясовано, що саме з античності в українську ментальність досить органічно і природньо ввійшов принцип «калокагатії», тобто грецького ідеалу, гармонійного поєднання фізичних і моральних чеснот. Творчість національного поета України Т. Шевченка становить яскравий приклад проявів античних традицій, класичних символів та ідеалів філософії, міфології та літератури Давньої Греції. Твори Т. Шевченка наповнені поетикою античних міфів, біблійною символікою, апокаліптичними видіннями, різними асоціаціями, пов'язаними з міфологіями та символікою античного світу. У статті наголошено на тому, що питання античних впливів на творчість Т. Шевченка неодноразово порушувалось у дослідженнях сучасних та більш ранніх літературознавців. Проаналізовано суттєві зв'язки творів Т. Шевченка з традицією античності, особливості трансформації античних образів та стилістичних проявів античного топосу у його поезії на основі відповідних наявних.

Стаття становить спробу систематизувати наявні дослідження сучасних неоелліністів України та Греції з тематики творчості Т. Шевченка та їх інтерпретації новогрецькою мовою. Письменники та поети сучасної Греції – нащадки славетного Гомера – надають високу оцінку творчості поета Т. Шевченка, про що свідчать їх численні спроби дослідження творчості українського генія, а також ціла низка перекладів на новогрецьку за участю та сприянням українських неелліністів. Особливий акцент зроблено на твердженні, що грецька література, історія, міфологія для Т. Шевченка була засобом поповнення словникового складу рідної мови та життєдайним джерелом збагачення образно-виражальної палітри мистецької творчості.

Ключові слова: античний топос, національна література, літературне джерело, античність, Давня Греція, неоелліністика.

Постановка проблеми. Культура та історія існують і пізнаються не тільки на рівні фактів і причинно-наслідкових зв'язків, але й на образно-символічному рівні, який забезпечує чітке розуміння людиною конкретного історичного або культурного періоду. Варто відзначити, що, як правило, в національних літературах спостерігається патріотичне сприйняття класичних канонів. В літературних творах відбито досконалість і повчальність античних зразків, наповнених людським змістом і наближених до повсякденного життя.

Протягом майже двох тисячоліть антична спадщина є важливою складовою частиною античної культури. У культурі

України вона не становить її основу, але проявляється в окремі періоди духовного розвитку країни. Творчість національного поета України Т. Шевченка – яскравий приклад проявів античних традицій, символів та ідеалів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання античних впливів на творчість Т. Шевченка неодноразово порушувалось у дослідженнях сучасних та більш ранніх літературознавців. Окремі її аспекти опрацьовували вітчизняні літератори І. Франко, О. Білецький, С. Савченко, В. Чубач, Є. Маланюк, П. Приходько, В. Яніш, М. Ласло-Куцюк, Ю. Микитенко, М. Шах-Майстренко. З погляду сучасної неоелліністики тему античного топосу, грецизмів у творчості Т. Шевченка, перекладів на новогрецьку мову досліджували Т. Чернишова, О. Пономарів, Н. Клименко, А. Савенко, відомі грецькі літератори та автори перекладів творів поета на новогрецьку мову Я. Ріцос та Е. Алексіу.

Метою статті є встановлення причин звернення літераторів до ідейно-художньої спадщини античної епохи у діахронії, зокрема аналіз суттєвих зв'язків творів Т. Шевченка з традицією античності, виявлення сенсу та особливостей трансформації античних образів та стилістичних проявів античного топосу у його поезії, систематизація наявних досліджень сучасних неоелліністів України та Греції з тематики творчості Т. Шевченка та її інтерпретації новогрецькою мовою.

Виклад основного матеріалу. Українська культура визривала на берегах знаменитого Борисфену, вздовж якого проходив перший світовий торговельний шлях «із Варяг у Греки», та увійшла у світовий контекст як культура землеробська, трудова, водночас пісенна, мистецька та духовна.

Протягом століть культура українського народу існувала у тісному взаємозв'язку з грецькою культурою, починаючи з періоду княжої доби Київської Русі, часів візантійської християнської літератури, далі у періоді Ренесансу та Бароко, коли на українських теренах почали формуватися відомі історичні братства.

Україна періоду Київської Русі рецепіювала античну культуру прямо й опосередковано. Відомо, що окремі твори Аристотеля вивчали книжники і цитували у своїх творах, але головний шлях склали візантійська агіографія, апокрифи, науково-природничі твори, дидактична література, збірники афоризмів тощо. Особливо популярним був збірник афоризмів, порад та коротких оповідань «Бджола», перекладений наприкінці XII ст. з грецької, де, крім цитат із Біблії, візантійських авторів, містяться цитати, посилення, так звані мудрості античних письменників і філософів. Особливе значення мали послання «отців церкви» (патристика Василя Кесарійського, Івана Золотоустого, Івана Дамаскина, Григорія Назіанзина), які не лише формували візантійську християнську літературу, але

й творили нові жанри, зокрема полемічну промову, теологічний трактат, плумачення на Біблію (ексегезу), проповідь, похвальне слово (панегірик) [1].

Наступний історичний період української культури пов'язаний із виникненням та функціонуванням братств. Зазначимо, що братські школи були середніми, але запроваджували вивчення філософії, отже, намагалися вийти за рамки закладів середньої освіти і ставали перехідним етапом до навчального закладу вищого типу. У вивченні мов братські школи, як правило, пройшли дві стадії, а саме грекослов'янську, а потім латино-польську. На першому місці завжди стояло вивчення слов'янської мови, на другому місці – вивчення грецької мови, оскільки вона давала змогу засвоювати на високому рівні античну наукову літературу. Викладання грецької мови та основ античної культури робило її важливим освітнім центром для всіх країн, де панувала православна церква і культивувалася грецька мова [2, с. 13–14].

У цей час, період Ренесансу та Бароко, античність поширювалася в Україні переважно як західноєвропейський варіант через латинську поезію, прозу, релігійні, філософські, поетичні, риторичні трактати. У XV–XVII ст. багато українців навчалися і викладали в університетах Західної Європи [1]. У цьому контексті підкреслимо, що упродовж століть українська та грецька культури не тільки «приглядалися» одна до іншої, але й обмінювалися надбаннями, поважали й підтримували між собою розгалужені торговельні, виробничі й політичні відносини. Обидві культури виростали й мужніли, єднаючись героїчним подихом Прометея, мужністю та хоробрістю відомого Геракла, красою Афродіти, мудрістю Афіни та давньогрецьких філософів, глибокою духовністю найбільш поширеної світової релігії, а саме християнської. У цьому контексті наголосимо на тому, що саме з античності в українську ментальність досить органічно і природно ввійшов принцип «калокагатії», тобто грецького ідеалу, гармонійного поєднання фізичних і моральних чеснот (з гр. *καλός* – «прекрасний») (частіше про зовнішню красу, але також і про внутрішню), *ἀγαθός* – «хороший» в сенсі «добрий, шляхетний, порядний»).

На межі XVIII–XIX ст. подальший розвиток європейської літератури, становлення української культури та літератури в її контексті відбуваються під знаком максимального зближення з античністю, із загальними тенденціями класичного літературознавчого процесу, який своїм корінням сягає часів античного світу. Відомо, що Гомер був першим із поетів, хто допоміг представити істину безпосереднього поетичного слова. На межі століть культурний рух відображає в перевернутому вигляді культурний розвиток античності: це рух від пізнішого до більш раннього, від традиційного способу проявів античності до самого її змісту. Слід відзначити надзвичайне поглиблення образу античності, водночас самовичерпаності античності, адже система міфориторичного слова гарантувала пряму спадкоємність культурних форм, а звернення до архаїки стало аналітичним усвідомленням і самопізнанням античної традиції [3].

На думку дослідника античної культури та її проявів у сучасному культурному світі О. Михайлова, під час аналізу літературного здобутку сучасної літератури слід використовувати поняття «жива античність», яка, за визначенням дослідника, має свою зовнішню й внутрішню характеристику, а саме «бути «живою» означає так чи інакше бути присутньою в історії

і не приходити в історію ззовні у вигляді своєї реставрації або реконструкції, а вже знаходитися в ній». Античність, на думку вченого, реально присутня в культурному процесі у вигляді риторики, але не у вузькому значенні як «техніка красномовства», а в широкому – як слово, яке є носієм усіх важливих дефініцій і змістових характеристик античної культурної традиції, тобто як міфориторична. Це складає внутрішню характеристику поняття «жива античність», тоді як її зовнішньою характеристикою виступають різні форми інтертекстуальності, зокрема переклади, запозичення та інтерпретація античних міфологічних і літературних сюжетів, мотивів [4, с. 165–169].

Беручи до уваги давні та плідні традиції античності в українській культурі, глибоке засвоєння античного топосу (давньогр. *τόπος* – букв. «місце»; перен. «тема», «аргумент»), у класичній риторичі – аргумент, загальнозначуще твердження або тема («загальне місце»)) у творчості Тараса Шевченка як митця доби Романтизму досить логічне та закономірно наявне. Форми й теми античної Греції, досконалі художні та естетичні техніки архаїчних авторів стали для поета та художника Т. Шевченка, а надалі – пророка і духовного батька українства – зразком гармонійної і досконалої епохи, в якій відкривалися історична перспектива, рух до ідеалів, що певною мірою означало повернення зі світу хаосу, руїни, кріпосного рабства та неволі у світ класичної культури, гармонійного розвитку та усталених цінностей. В Давній Греції мистецтво вперше усвідомило себе мистецтвом. Об'єктивною основою прекрасного, відповідно до загальних ознак античної культури, є стрункість, порядок, гармонія частин, закономірність як космосу, так і самої людини і суспільства.

Твори Т. Шевченка переповнені надзвичайними образами, які прийшли з різних культур. Вони пройняті поетикою античних міфів, біблійною символікою, апокаліптичними видіннями (сприйняття революції і громадянської війни), асоціаціями, пов'язаними з міфологіями та символікою. За визначенням багатьох дослідників прояву античного топосу у творах Т. Шевченка, античність набуває великого значення у творчості поета та несе відповідну значущість для всієї української національної літератури та культури загалом. У своїй повісті «Художник» (1856 р.) вустами свого персонажа митець лаконічно, але дуже виразно висловлює персональне ставлення до античності: «я зовсім зрозумів, як необхідно вивчення антиків і взагалі життя і мистецтва давніх греків (досл. «я совершенно понял, как необходимо изучение антиков и вообще жизни и искусства древних греков»)). Мабуть, саме тому твердження Ю. Микитиенка [1] про те, що ці слова стали внутрішнім маніфестом Шевченка, актуальне та заслуговує на те, щоб його досліджували та аналізували, що ми спробуємо довести нашим дослідженням.

Найдавнішими відомими літературними джерелами античної епохи є два епоси, а саме «Іліада» та «Одіссея» Гомера (8 ст. до н. е.). Поетичні твори Гесіода (8 ст. до н. е.) «Теогонія» та «Твори та дні», що посилаються на давньогрецьку концепцію, також вважаються цінним джерелом інформації. Різні міфи збереглися також із гомерівських гімнів, уривків з поезій епічного циклу, ліричних віршів, трагедійних творів V ст. до н. е., з творів учених та поетів елліністичного періоду та текстів письменників римських часів, таких як Плутарх і Павсаний. Елементи античності, зокрема класичної грецької міфології, літературно використовуються впродовж віків світовою

літературою через адаптації, що задовольняють літературні потреби. У міфології Давньої Греції багато навчальних цілей, таких як ознайомлення з ранньою історією людства, історичними та соціальними позиціями, фундаментальними істинами стосовно життя людства, нескінченною турботою про початок людства, естетичним задоволенням через міфи, навчання через проєкцію шаблонів, алегорія міфів, що забезпечує позачасову природу давньогрецької міфології. Поєднання цих та багатьох інших факторів, на наш погляд, доводить використання античних елементів, зокрема міфологічних, в літературі. Міф не відсутній у жодному історичному періоді і був присутній незалежно від уявлень та ідеологій. Фактом є те, що наявність міфології в її літературній формі завжди приймається із захопленням. На сучасному етапі розвитку літератури міфологія все ще є полюсом нахнення та творчості не тільки в дитячій літературі, але й у цілому діапазоні мовлення [5].

У сприйнятті античних творів у пізніші епохи закладено поняття класики та викристалізовано її сутнісні характеристики. Твори давньогрецької та римської літератури як класичні втілюють уявлення про гармонійну цілісність; наділені масштабністю; їх вважають зразковими і, як наслідок, сприймають як певний орієнтир на певних етапах розвитку кожної національної літератури, тобто пізнають ззовні, з відстані часу та досвіду іншої епохи [6, с. 83–87].

Інтенсивне застосування елементів античності спостерігається практично протягом усього творчого шляху Т. Шевченка. Початкові відомості про античність поет здобув, коли знайомився з перекладами – популярними виданнями про Стародавню Грецію [7]. Він використовує багато давньогрецьких міфологічних та античних елементів. Спосіб, яким він посилається на ці елементи, є унікальним і приймає різні форми для того, щоби поет наділив свою поезію чимось семантично важливим та вищим. Так, наприклад, у його «Щоденнику» та «Художнику» античний топос виконує риторичну або белетристичну функцію найчастіше у формі міфологічної метонімії: Зевс – сила, Сатурн – час, Геба, як і сирени – прекрасна жінка, Клеопатра, Венера, Аврора – ранішня зоря, Філемон і Бавкіда – гармонійна подружня пара, Кастор і Поллукс – вірні друзі-побратими, Орфей – вправний музикант, Бахус – п'яниця, Лукулл – ненажера тощо. Античність фігурує тут у формі різних мовних зворотів, алегорій, персоніфікацій, порівнянь, метонімії [1].

В поезії і прозі письменника інтенсивно живаються імена античних філософів і майстрів слова (Сократа, Геракліта, Демосфена), поетів і мислителів (Гомера, Есхіла, Вергілія, Овідія, Горація, Езопа, Федра), митців (Фідія), імператорів (Октавіана Августа, Нерона, Декія), а в багатьох малярських творах відображено сюжети античної міфології та історії, які демонструють блискуче знання античної класики.

Античність вгадується в багатьох проявах виразного шевченківського слова, а саме у віршах і статтях, в акварелях, інколи у зовнішності і в поведінці, а головне, в самому дусі поета, в його світосприйнятті, що свідчить про те, що найвідоміший у світі український поет ввібрав у себе філософію античних поетів і вчених.

Одним із найсильніших образів Т. Шевченка є Прометей з його поеми «Кавказ». Класичний образ античності – символ свободи, боротьби за краще життя, який не міг залишити байдужим того, хто усе своє життя присвятив боротьбі за

національні ідеали, хто символізує сміливість та впевненість у боротьбі з відвертими та прихованими ворогами українців. Вогонь, подарований титаном, полегшив життя первісним людям, а Прометей за це отримав пекельні муки. Ця давня легенда живе у віках, надихає, мотивує тих, хто відстоює свободу. Кожен народ хоче мати свого Прометея. Ніякий тиран не зміг погасити вогонь боротьби за свободу і кращу долю. Розум Прометея, сила духу, альтруїзм і мужнє страждання заради їхнього щастя завжди будуть хвилювати майбутні покоління. Прометей Т. Шевченка – міфічний образ Стародавньої Еллади – символічний образ нескореного українського народу, символ народної сили, що не вмирає. Сам поет також протягом життя розділяє долю Прометея.

Аналізуючи твір Т. Шевченка «Сон», дослідники його творчості звертають увагу на потужну креативну енергію, яка передається через античні образи і мотиви потойбічного у цій комедії. Паралельно з цією тезою назвемо твори Т. Шевченка, які тісно пов'язані з мотивами творів героїчного поета 7 ст. до н. е. Гесіода, такі як «Царі», «І виріс я на чужині». Антична література ніколи не відривалась від народних, фольклорних джерел. Основу давньогрецького мистецтва складала міфологія в її найвищому антропоморфному варіанті [8, с. 61]. Давньогрецька міфологія, героїчний епос, драми давньогрецьких трагіків Есхіла, Софокла, Еврипіда разом із фольклорними елементами не залишили байдужим Т. Шевченка, думки та помисли якого були разом з українським народом.

Видатний український мовознавець, неоеллініст, автор перекладів творів Т. Шевченка на новогрецьку, професор О. Пономарів наголошував на тому, що грецька література, історія, міфологія для Тараса Шевченка, як і для представника кожного письменства, передусім європейського, була засобом поповнення словникового складу рідної мови та життєдайним джерелом збагачення образно-виразальної палітри мистецької творчості. В цьому можна переконалися, якщо навести лише деякі приклади використання грецизмів (загальних і власних назв) у багатьох творах Т. Шевченка: *Алкід, Амфітріон, Аполлон, Феб, Борей, Гіменей, Лета, Орфей, Терпсихора, Харон, амфора, архістратиг, гетера, дріада, містерія, неофіт, оргія, синкліт, тимпан* [9].

В контексті дослідження вважаємо за доцільне наголосити на зв'язку сучасної елліністики з аналізом творчості Т. Шевченка, зокрема перекладами його творів, що, на наш погляд, становить логічне продовження перехрещення творчості Т. Шевченка з античними мотивами Стародавньої Греції. Н. Клименко [10] у своїх наукових працях, пов'язаних із дослідженням перекладів творів поета на новогрецьку, підкреслювала, що час найбільш активного ознайомлення читачів Греції з творчістю Т. Шевченка припадає на 50-ті рр. XX ст. До цього процесу були залучені талановиті письменники Греції. У 1956 р. в колишньому Радянському Союзі перебував видатний грецький поет, лауреат Міжнародної премії миру Яніс Ріцос (1909–1990 рр.). [10] Знайомство Тараса Шевченка з грецькою громадськістю здійснюється завдяки діяльності письменника Нікоса Казантакіса, поета Янніса Ріцоса, письменниці Еллі Алексіу та інших відомих і видатних діячів культури й мистецтва Греції. Називаючи Т. Шевченка «великим пророком», Еллі Алексіу писала: «Дивлюсь на Шевченка очима гречанки і бачу, що він і творчістю своєю і всім своїм життям немов перегукується з нами. Він наш брат у страж-

Rozhkova I. Ancient Greek motives in Shevchenko's works and their interpretation by Modern Greek Linguistic

Summary. The article is devoted to the description of the depiction of Greek, in particular ancient motifs, traditional symbols of Ancient Greece in the works of Taras Shevchenko and their interpretation from the point of view of Modern Greek linguists of Ukraine and Greece. The general tendencies of manifestation of ancient motives in the Ukrainian literature are considered, considering close fruitful historical connections during centuries of culture of the Ukrainian people with the Greek culture. It was found out that the principle of "kalokagathia" – the Greek ideal, a harmonious combination of physical and moral qualities – entered the Ukrainian mentality quite organically and naturally from antiquity. The work of the national poet of Ukraine T. Shevchenko is a vivid example of manifestations of ancient traditions, classical symbols and ideals of philosophy, mythology and literature of ancient Greece. T. Shevchenko's works are filled with the poetics of ancient myths, biblical symbolism, apocalyptic visions, various associations associated with the mythology and symbolism of the ancient world. The article notes that the question of ancient influences on the work of Taras

Shevchenko has been repeatedly raised in the studies of modern and earlier literary critics. The article presents an analysis of the essential connections of T. Shevchenko's works with the traditions of antiquity, the peculiarities of the transformation of ancient images and stylistic manifestations of the ancient topos in his poetry.

The article is an attempt to systematize the existing research of Modern Greek linguists of Ukraine and Greece on the subject of T. Shevchenko's work and their interpretation in Modern Greek. Writers and poets of modern Greece – descendants of the famous Homer – praise the work of the poet Taras Shevchenko, as evidenced by their numerous attempts to study the work of Ukrainian genius, as well as a number of translations into Modern Greek with the participation and assistance of Ukrainian Modern Greek Linguists.

Particular emphasis is placed on the assertion that Greek literature, history, mythology for T. Shevchenko, was a means of replenishing the vocabulary of the native language and a life-giving source of enrichment of the figurative palette of artistic creativity.

Key words: ancient topos, national literature, literary source, antiquity, Ancient Greece, Modern Greek Linguistic.

*Романюк І. В.,**кандидат філологічних наук,**старший викладач кафедри української мови і літератури
Ізмаїльського державного гуманітарного університету*

ВЕРБАЛЬНІ ПРОЯВИ АГРЕСІЇ В КОНФЛІКТНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті досліджено вербальні прояви агресії в конфліктних діалогах персонажів. Акцентовано увагу на основних формах вербальної агресії в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького. Охарактеризовано специфічні особливості агресивної поведінки персонажів в конфліктній комунікації.

У діалогічних текстах художньої літератури найактивніше реалізується розмовне мовлення мовців. Конфліктні побутові діалоги в оповідних текстах формуються за зразками спонтанного мовлення, у них із різним ступенем концентрації відтворюються факти живого спілкування. Художній діалог будується за такими ж принципами, що й усний діалог, але зазнає відповідних художньо-естетичних трансформацій.

У процесі спілкування вагомим значення набуває мовленнєва ситуація, адже атмосфера конфліктності, непорозуміння, образи, агресивності має яскраве відображення у мовленні мовців, а саме у надмірному вживанні негативно-оцінної, інвективної, ненормативної лексики тощо. Така лексика принижує співрозмовника, ображає та призводить до конфліктної ситуації спілкування.

Конфліктна комунікація відображається у певних формах вербальної агресії. Вербальна агресія є різновидом агресивної поведінки персонажа, яка може виражатися за допомогою відповідних мовних засобів. Така мовленнєва поведінка персонажа у конфліктній комунікації пов'язана з відчуттями незадоволення, роздратування та емоційного напруження.

Основними формами вербальної агресії у конфліктних діалогах є сварка, образа, суперечка, які реалізуються в конфліктному мовленні персонажів в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького. Мовлення персонажів у конфліктному дискурсі насичене негативно-оцінною лексикою, інвективами, емоційною лексикою, яка не тільки ображає і принижує співрозмовника, але й надає гумористичного ефекту мовленню мовців. Основним концептом, який лежить в основі діалогів такого типу, є концепт «агресія».

У побудові конфліктного діалогу беруть участь не лише мовні засоби, але й інтонаційні (питальні, окличні конструкції, тон мовлення, паузи тощо).

Ключові слова: діалог, вербальна агресія, конфлікт, сварка, образа, суперечка.

Постановка проблеми. Розмовне мовлення мовців найактивніше реалізується у діалогічних текстах художньої літератури. Відтворення конфліктного побутового мовлення у художньому діалозі потребує добору відповідних стилістичних засобів. Найсуттєвішою стилетвірною особливістю розмовно-побутового мовлення є наявність розмовних елементів, емоційно-експресивної, негативно-оцінної лексики тощо. Така лексика в художньому діалозі є засобом сатири, агресії, образи тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним із проявів конфліктної комунікації є вербальна агресія. Вербальною агресією є настанова адресанта на діалог конфліктного типу. Цій проблемі присвячені лінгвістичні праці Ф.С. Бацевича, О.В. Дерпак, К.Д. Сєдова, С.В. Форманової та інших учених. Незважаючи на значну кількість праць, вивчення конфліктної комунікації було і є необхідною та актуальною темою, яка потребує подальшого висвітлення.

Метою статті є дослідження вербальних проявів агресії у конфліктних діалогах в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького. Мета зумовила вирішення таких завдань: визначити сутність вербальної агресії; охарактеризувати специфічні особливості агресивних форм конфліктної комунікації в діалогічних текстах І.С. Нечуя-Левицького; окреслити межі подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. «Вербальна агресія – це різновид агресії, що проявляється за допомогою комунікативно-знакових (вербальних і невербальних) засобів» [7, с. 261]. Це словесне вираження негативних почуттів, емоцій співрозмовникові у конфліктній ситуації. Вербальна агресія може реалізовуватися через словесну образу або приниження людини. Ю.В. Щербиніна услід за М.Ю. Федосюком, Т.В. Шмельовою виокремлює такі форми агресії, як образа, погроза, груба відповідь. Будь-якій конфліктній ситуації передують стан психологічного дискомфорту (фрустрації), що виникає у людини в ситуації неможливості досягнення певної мети. К.Ф. Сєдов зазначає, що фрустрація проявляється у вигляді почуття незадоволення, образи, обурення, роздратування тощо. Словесна образа сприяє бажанню мовця емоційно зняти стрес.

Конфліктний тип діалогів в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького ілюструє конфліктну ситуацію між персонажами. Герої творів у процесі спілкування прагнуть образити один одного, негативно висловитися, принизити тощо. Проявами конфліктної комунікації у творах І.С. Нечуя-Левицького стають такі форми агресії, як сварка, образа, суперечка.

1) Сварка характеризується гострими суперечками між персонажами, що супроводжуються взаємними докорами, образами. «Проявом побутового конфлікту є сварка, яка має характерну етнокультурологічну специфіку; вона засвоюється носіями мови на підсвідомому рівні разом із системою рідної мови» [7, с. 259]. У мовленні використовуються негативно-оцінні слова, навіть лайки.

– *Не міг подождати зайвої години! А ми трохи не одубли в себе під дверима. Що це за напасть? Трохи не запагубив нас. Мій перший чоловік було жде мене до білого дня, а ти заліз в подушки та й хрпеш. Я до цього не звикла. Мене всі завжди*

ждали доти, доки я вернусь з гостей; мене зострічали з світлом, – репетувала Люба.

– *То вертайся у свій час! Ти вередлива й без міри самолюбна. Тобі нічого не кажи, слухай тебе в усьому, тоді ти будеш добра. Ти ладна командувати в домі, ніби якийсь фельдмаршал. Мені вже остогидли твої вереди, остогидло тебе за все тільки хвалить. Та й швендяти тобі без мене не личило б.*

– *Але ж з нею мати ходила. Не сама ж вона швендяла, – обізвувалась стара, – та й ми були в гостях в порядних людей, в Кандиб.*

– *Цебто в тієї навіженої Меласі? Я так і вгадував. Я її в потилицю витурлю, як вона лізтиме сюди, – кричав Елпидифор.*

– *А я її запрошу і впушу! Не вважатиму на твої загади! Ти маєш своїх гостей, а я маю право приймати своїх!* – гукала Люба [6, с. 435].

Сварка відбувається між чоловіком і дружиною. К.Ф. Седов зазначає, що вагомим чинником виникнення сварки є соціально-психологічна близькість комунікантів, тобто у сварці беруть участь мовці, які, як правило, добре відомі один одному [7, с. 260]. Чоловік перебуває в роздратованому стані. Діалог має негативне спрямування. Сварку провокує нарікання жінки про те, що чоловік ліг спати, не дочекавшись її, а вона ледь не замерзла, стукаючи у двері. Такий мовленнєвий напад провокує відповідну реакцію мовця, і сварка досягає кульмінації, тому основним концептом, який лежить в основі діалогу, є концепт «агресія». Мовлення персонажів насичене розмовними елементами: *одубли, остогидло, вереди, швендяти, витурлю*, які мають негативно-оцінне спрямування і надають мовленню емоційно-негативного забарвлення. Подружжя свариться, але дружина не реагує на слова чоловіка, а вперто висловлює свою думку. Відбувається так звана конфронтація сторін. Лексичні засоби, інтонаційні (питальні, окличні конструкції; тон мовлення мовців: *репетувала Люба, кричав Елпидифор*) створюють негативний тон реплік персонажів та атмосферу всього комунікативного процесу.

Не менш цікавим є діалог повісті «Кайдашева сім'я».

– *Хто це порозкидав сміття?* – спитала Мелашка в Мотрі.

– *Я розкидала: не мети свого сміття під мою призьбу, бо я тебе ним колись нагодую,* – сказала з злістю Мотря.

– *А зась! Не діждеш ти мене сміттям годувати. Нагодуй свого Карпа,* – сказала Мелашка і почала зм'ятати сміття до купи до порога.

– *Не мети до порога, бо мені треба через поріг ходити!* – ляснула Мотря.

– *Авжеж, велика пані. Покаляєш, княгине, золоті підківки,* – сказала Мелашка.

– *Не мети до порога, бо візьму тебе за шию, як кішку, та натовчу мордою в сміття, щоб удруге так не робила,* – сказала Мотря.

Мотрині слова були дуже докірливі. Мелашка спалахнула од сорому.

– *А ти, паскудо! То ти смієш мені таке говорити? Хіба ти моя свекруха? Ти думаєш, що я тобі мовчатиму?* – розкричалася Мелашка. – *То ти мене вчиш, як малу дитину? Ось тобі, ось тобі! <...>*

– *То це ти так! То це та, що од свекрухи втікала?*

– *Ти мені не свекруха, а я тобі не невістка. Я од тебе не втікаю, а я тобі не невістка. Я од тебе не втікаю, а я тобі не невістка. Я од тебе не втікаю, а я тобі не невістка.* [3, с. 409].

Діалог є конфліктним, негативним. Сварка відбувається між невістками Кайдашихи. Агресивні стосунки провокують виникнення конфліктної ситуації. У мовленні Мелашки наявні інвективні слова типу *морда, паскуда* (погана, підступна, мерзенна людина), які є грубими, зневажливими та репрезентують не тільки емоційний стан мовців, але й їхні почуття, що передають знервований стан мовців, результатом якого є афект. Такі інвективні утворення надають мовленню емоційно-негативного забарвлення. Розмовне слово *покаляєш* (забрудниш) надає мовленню розмовності, невимушеності й спонтанності.

Отже, проявом сварки є розв'язання міжособистісних стосунків конфліктного характеру. Діалог передбачає постійну реакцію з боку персонажів, унаслідок чого сварка досягає своєї кульмінації. Сварка виникає тоді, коли мовець передбачає у стані незадоволення, образи, обурення, роздратування.

2) Образа характеризується негативним ставленням до співрозмовника і спробою його принизити або негативно висловитися.

– *Ви вже, Іване, жартуйте там собі з дівчатами, але не з усіма: жартуйте, але й міру знайте!* – гордо обізвувся Клим.

– *А хіба що? Може, твою зачепив?* – спитав Іван.

– *Хто зна! Може, котрась і мою буде,* – сказав Клим.

– *І вже! Якби тебе, Климе, завертати в намітку, то з тебе вийшла б багато краща баба, ніж Хівря Качуриха. Господи, яка була б гарна баба! Хоч під вінець. А на жениха... нема вже хисту.*

Клим обидився і погнався за Іваном.

– *Глек Макітрович! вберись у плахту та запаску, то, може, покращаєш!* – крикнув Іван з-за купи парубків [4, с. 52–53].

З цього діалогу видно, що Клим ставиться до Івана з повагою, звертаючись до нього на *ви, Іване*, незважаючи на те, що той чіпляється до дівчини, яку Клим хоче сватати. Репліка-відповідь Івана вже є зневажливою, оскільки він звертається на *ти, Климе*. Попередження Кліма Іван сприймає як особисту образу і починає ображати Кліма, порівнюючи його з бабою, адже образа є типом негативно-емотивних висловлювань, оскільки містить стилістично марковані й емоційно забарвлені лексеми. Будь-яке слово, вжите в контексті з певною метою, може сприйматися як образа. Іван лише викрикує образливе звертання *Глек Макітрович!*, щоби привселюдно його принизити. Діалогічне мовлення персонажів є напруженим, конфліктним, його висловлювання містять зневагу до співрозмовника.

– *А де твоїй чоловік?* – спитав Микола в посесорії.

– *Що ти, свиню! Ну! Чого ти на мене тикаєш? Я тобі не дам грошей за місяць. Ніяк не привчимо цих хамул, як треба розмовлять з панами.*

– *Авжеж пак! Хіба я дурно робив місяць,* – сказав Микола. Бродовська пішла жалітись на бурлак до свого чоловіка [2, с. 82].

Цей розмовний діалог характеризується неповнотою висловлювань, еліптичністю та відповідними засобами емоційно-експресивних реакцій. Діалог емоційний, насичений неповними висловлюваннями, що свідчить про стан героїв (обуреність, злість, навіть агресію), використанням негативного звертання, типу *свиню*, негативною номінацією *хамул*. Отже, це яскравий приклад негативного, емоційно-експресивного розмовного діалогу.

Отже, образа характеризується наміром мовця навмисно дорікнути, негативно висловитися щодо співрозмовника, тим самим досягти певного комунікативного ефекту. Агресивна форма образи передбачає відповідну негативну реакцію з боку адресата.

3) Наступною формою вербальної агресії є суперечка, яка полягає в тому, що мовці висловлюють свою особисту думку про предмет чи явища об'єктивної дійсності, яка є в них відмінною. У процесі суперечки мовці або толерантно ставляться один до одного, або негативно виражають свою думку.

– *Що ж це ви намазголили на полотні? Нічогісінько не розберу. Не то лози, не то дерева, не то якась гайвороння... Ще й збоку стримить якийсь стоян, неначе шибениця, – промовила Софія Леонівна з ваганням та з недомислом в очах.*

– *Ой ви! Не маєте ви тямку про малярські справи ані шаг. Ось я зараз понаводжу усе, так тоді й дізнається, що то за гайвороння. Нічого ви не тямите, – обіззався Леонід Семенович.*

– *Ну! Я не така вже нетяма, щоб і цього не втямить. Бачу, що ви намалювали кат зна що та й годі! [6, с. 69].*

Цей комунікаційний процес являє собою суперечку щодо малюнка Леоніда Семеновича. Розмова одразу ж починається з образи “*що ж це ви намазголили на полотні?*”, і слухач починає оборонятися, але думки мовця все одно змінити не може. У мовленні Софія Леонівна використовує просторічне слово *намазголили* (*намалювали*), яке є образливим, несе у собі негативну семантику, тому перше речення у репліці-стимулі вже створює напружену атмосферу і передбачає відповідну реакцію, реакцію оборони. Розглянемо наступний мовний матеріал.

– *Люба! Я ж тобі звелів не пускати в покої ні отієї сороки, ні Мишук! Мишук нам тепер не рівня, та й Мелася так само не потрібна мені. Я не люблю стрекотання цієї сороки й од цього часу зроду-звіку не пуцу її в свою господу, – сказав Елпідифор, вийшовши на середину столової.*

– *Чом же не пускати? – спитала Люба, вирячивши очі з дива. – Це ж дочка нашої давньої приятельки, і я з нею приятелюю.*

– *Дідько б забрав отих твоїх давніх приятелів мишуків та отаківських товаришок! Я тепер в чині генерала, а ти генеральша. Теперечки тон наш буде інший. Тепереньки нам треба шанувати й чтити себе, а не якихось голодранців. Я вижену оту сороку з покоїв, – вже не говорив, а неначе шипів од злості Елпідифор Ванатович.*

– *Бог зна що ти оце верзеш! Як то можна не пустити на обід Меласі? Я побіжу й сама одчиню.*

– *А я тебе не пуцу! – сказав він і перепинив Любу, ставши на дверях, а потім швидко чкурнув до пекарні й наказав горничній не одчиняти дверей нікому [6, с. 424].*

Діалог спрямований на заборону жінці приймати своїх друзів у домі. Внаслідок цього виникає конфліктна ситуація. У мовленні Елпідифор використовує прокльон типу “*Дідько б забрав отих твоїх давніх приятелів*”, який має негативно-оцінну семантику і виражає емоційний стан мовця (обурення, злість). Кожен з подружжя перебуває на рівних позиціях і намагається відстояти свій погляд у гострій суперечці.

Комунікативною метою суперечки є відстоювання мовцями своєї власної позиції. Тон розмови є напруженим, негативним, агресивним.

Висновки. Отже, конфліктні діалоги функціонують в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького у вербальних агресивних формах сварки, образи, суперечки, що відображають конфліктну ситуацію, передають стан роздратування, обурення, ненависті, афекту тощо. Лексичне наповнення таких реплік-висловлювань передбачає використання негативно-оцінної лексики, іноді інвективної, що допомагає передати емоційний стан персонажів.

У подальших дослідженнях варто було б звернути увагу на роль агресивних жестів у конфліктних діалогах в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького.

Література:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Нечуй-Левицький І.С. Прозові твори. Зібрання творів : у 10 т. Т. 1. Київ : Наукова думка, 1965. 378 с.
3. Нечуй-Левицький І.С. Прозові твори. Зібрання творів : у 10 т. Т. 3. Київ : Наукова думка, 1965. 446 с.
4. Нечуй-Левицький І.С. Прозові твори. Зібрання творів : у 10 т. Т. 5. Київ : Наукова думка, 1966. 447 с.
5. Нечуй-Левицький І.С. Прозові твори. Зібрання творів : у 10 т. Т. 8. Київ : Наукова думка, 1967. 490 с.
6. Нечуй-Левицький І.С. Прозові твори. Зібрання творів : у 10 т. Т. 9. Київ : Наукова думка, 1967. 472 с.
7. Седов К.Ф. Ссора. *Антологія речевих жанрів: повсякденна комунікація* / под общ. ред. К.Ф. Седова. Москва : Лабиринт, 2007. С. 259–268.
8. Форманова С.В. Інвективи в українській мові. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 335 с.

Romanyuk I. The verbal aggression in conflict dialogue discourse

Summary. In the article the verbal aggression in conflict dialogues of the characters. Attention is drawn to the main forms of manifestation of aggressive conflict in dialogic texts by I.S. Nechuy-Levitskiy. Characterized by specific features of aggressive behavior of the characters in a conflict of communication.

In the dialogical texts of art literature, spoken speech of speakers is realized. Conflict dialogues in narrative texts are formed on the model of unprepared speech, in them live communication of speakers is realized. Artistic dialogue is formed according to the type of oral dialogue, although it undergoes certain treatments.

The process of communication the most important thing is the speaking situation. In conflict situations, misunderstanding, resentment, aggressiveness, the speaker uses non-estimating lexicon, invective in his speech. Such speech offends and creates a conflict situation in communication.

It is always easier for a person to conflict than to explain, understand each other. Conflict discourse is aimed at harming the opponent. The speaker, who does not share the views, thoughts of the interlocutor, provokes a conflict situation of communication, using negative verbal and sometimes aggressive non-verbal means of communication in speech.

Conflict communication displays certain types of verbal aggression. Verbal aggression is a variety of aggressive behavior of the character, which can be manifested using certain speech means. This behavior is associated with feelings of dissatisfaction and emotional overstress

The forms of verbal aggression in conflict dialogues as quarrel, resentment, argument that operate in conflicting character dialogue discourse in narrative texts by I.S. Nechuy-Levitskiy. Characters in their speech use non-estimating lexicon, invective, emotional lexicon which transmits them to the emotion. The main concept that is at the heart of dialogues of this type is the concept of aggression.

Not only speech, but also means of intonation (interrogative, exclamation constructions; tone of speech; pauses, etc.).

Key words: dialogue, verbal aggression, conflict, quarrel, resentment, dispute.

Рудь О. М.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української мови і літератури

Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

СКЛАДНІ ПРИКМЕТНИКИ ЯК ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ОБРАЗУ УКРАЇНИ

Анотація. Стаття присвячена опису семантики та художньо-виражальних функцій складних прикметників як засобу вербалізації образу України в поетичному мовленні ХХ століття. З'ясовано, що лексема *Україна*, яка становить ядро семантичного поля зі значенням «Україна», групує навколо себе периферійні слова *Батьківщина*, *Вітчизна*, *край*, *сторона* тощо. Відповідно до загальнохудожньої традиції, поети ідентифікують Україну із землею, образ якої посідає одне з центральних місць в українській поезії. Філософськи узагальнений образ України в поетичному контексті актуалізується через низку мікрообразів, художніх символів. Визначено, що мовний образ України розкривається через уживання топонімів (*Київ*, *Львів*, *Переяслав*, *Чернеччина*, *Одеса*, *Канів*), гідронімів (*Дніпро*), назв рослинного світу (*верба*, *дуб*, *береза*, *яблунька*, *каштани*, *смерека*, *осика*) тощо. У поетичному контексті ці слова зазнають семантичної конкретизації, образно називаючи Україну, характеризуючи її. Основну увагу приділено семантиці, функціональному навантаженню складних прикметників як засобу вербалізації образу України. На основі аналізу значного фактичного матеріалу виділено такі семантико-функціональні групи складних прикметників: композити на позначення позитивної оцінки, психологічного сприйняття; складні прикметники звукової семантики; прикметники-композити з колірним компонентом; прикметники на позначення особливостей природи, ландшафту тощо; складні прикметники на позначення кількості населення, могутності країни. Складні прикметники, що розкривають образ України, передають враження майстрів слова від рідного краю, України й становлять переважно індивідуально-авторські утворення. Епітети-композити використовуються для емоційного вияву думок і почуттів поета, створення яскравої образності, надзвичайно гармонійної і поліфонічної картини, яка повністю підкоряється емоційній будові та ідейному напрямку ліричного твору.

Ключові слова: складні прикметники, композити, засоби вербалізації, епітети, образ України, індивідуально-авторське мовомислення, поетичне мовлення.

Постановка проблеми. Батьківщина, рідний край, де народився і виріс, посідають особливе місце в житті кожної людини. З ними пов'язані перші спогади, почуття, емоції, те сакральне, що зберігається в душі людини назавжди. Отже, мовний образ України наскрізно проходить через канву багатьох поетичних творів ХХ століття і має глибинний зміст. Це знаходить вираження в лексичній палітрі значень, епітетів, метафор, що зумовлено тими асоціаціями, які виникають у мовомисленні і свідомості майстра поетичного слова.

Одними із засобів вербалізації образу України в поетичному мовленні ХХ століття є складні прикметники у функції епітета, які не лише уточнюють певну ознаку предмета, дають

йому логічне визначення, але й апелюють до читачів, викликаючи в уяві несподівані образи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Образ України є предметом наукових розвідок таких мовознавців, як Г. Голобородько, Н. Гуменюк, Д. Запорожська, О. Крижанівська, А. Плечко, О. Прищеп, О. Свисюк, Л. Ставицька, З. Тищенко, О. Шабас. З огляду на важливість вивчення цього питання для вітчизняної лінгвістичної науки, потребують ґрунтовного аналізу засоби вербалізації образу України у поетичних творах ХХ століття, оскільки у поетичному мовленні цей образ відіграє важливу роль як мовно-естетичний компонент художнього світу митця.

Метою статті є аналіз семантики та функціонального навантаження складних прикметників як засобу вербалізації образу України на матеріалі поетичних творів ХХ століття.

Виклад основного матеріалу. У поетичній мові значення слова ніколи не буває замкнутим. Крім свого лексичного значення, в якому узагальнюється розуміння явища чи предмета, слово може викликати різноманітні асоціації, смислові та емоційні відголоски, які широко використовуються художньою літературою задля мовної виразності. Становлячи центр, ядро семантичного поля зі значенням «Україна», лексема *Україна* групує навколо себе слова *Батьківщина*, *Вітчизна*, *край*, *сторона*, *земля* тощо. Ці слова у загальному вжитку об'єднуються спільністю значення «країна», а в поетичній мові вони зазнають семантичної конкретизації, образно називаючи Україну, характеризуючи її. Складні прикметники-епітети у поетичному контексті, окреслюючи ці лексеми, підкреслюють, увиразнюють їх значення, підсилюють їх художньо-виражальні функції.

У словнику «Поетичне слововживання складних прикметників та дієприкметників» [2] засвідчено такі семантико-функціональні групи прикметників-композитів, що вербалізують образ України:

1) складні прикметники на позначення позитивної оцінки, психологічного сприйняття: *зореносна*, *сонцекрила* Батьківщина; *безсоромно-прекрасна*, *благодатна*, *благословенна*, *весело-зорна*, *владисто-висока*, *врівноважена*, *злотінна*, *кривавозливна*, *пишнодревна*, *рахманно-тиха*, *сонцелика*, *сумна-невесела*, *чудодійна*, *щедроогнелика*, *яснолика*, *ясноока* земля; *веселозорна*, *чужедальна* сторона; *крилоорлина*, *многострадальна*, *ширококрильна* Україна;

2) прикметники-композити звукової семантики: *многомовна* Вітчизна; *стодзвонна*, *стозвука* земля; *стоголосий*, *громовісний* край;

3) складні прикметники з колірним компонентом: *зеленоброва*, *зелен-синя*, *зеленоцвітна*, *чорнотіла* земля; *зелен-золот*,

зеленокроний, золотокосий, золототканий, синьозорий край; білостінна, жовто-синя Україна;

4) прикметники на позначення особливостей природи, ландшафту тощо: *многоріка, стодоріжна, тисячоріка* земля; *крутоберегий, стоцвітний, вербово-степовий, сніжно-дикий* край;

5) складні прикметники на позначення кількості населення, могутності краю: *многолюдна, многосила, стонародна* земля, *вселюдний* край тощо.

Складні прикметники із колірним компонентом становлять переважно індивідуально-авторські утворення, значення яких розкривається у поетичному контексті. Метафоричне вживання складного прикметника нейтралізує семантику кольору, наділяючи новим значенням. У складі поширеної метафори індивідуально-авторський епітет *зеленоброва* (земля) не лише вказує на колір трави, але й передає найніжніші почуття, замилювання літньою ніччю: «*В оздоблену зірками неба шаль занулася земля зеленоброва*» (Семенко В. Світлотінь, с. 15).

У поетичній мові в ролі антонімів можуть виступати кольори, які поза контекстом не протиставляються. У поезії В. Барки контекстуальним антонімом чорного кольору виступає складна кольороназва *зелено-синій*: «*Січуть потоки струн журливокості то землю чорну, то зелено-синю. А смертник молодий сидить і досі, без сліз оплакує свою святиню*» (Барка В. Білий світ, с. 109). Завдяки поєднанню в поетичному творі контекстуальних епітетів-антонімів та оксиморона (*без сліз оплакує*) майстру слова вдається повніше розкрити складність і суперечність зображуваних явищ, надати мовленню більшої витонченості, найтонше передати душевний стан героя.

Словник української мови подає значення прикметника *золототканий* так: «*витканий або вигаптуваний шовковими позолоченими нитками*» [4, т. 3, с. 683]. У поетичній мові внаслідок переносного вживання складний епітет видозмінює свою семантику, означаючи «рідний, дорогий сердцю», а також «багатий»: «*І весь палкий, золототканий із прірви сну і забуття Ти встанеш, краю мій коханий, До мрій і кращоного життя!...*» (Алчевська Х. Твори, с. 39).

Складні епітети з компонентом *чорно-* найчастіше характеризують землю за асоціацією до чорного ґрунту (верхнього шару земної кори, придатного для життя рослин) [4, т. 3, с. 181]. Залежно від контексту прикметник *чорний* може видозмінювати своє значення, означаючи «горе, сум, нещастя»: «*Надивляйся на землю, де сизі орли клекотіли із могили високої в димнім безмежжі доріг – і лежала земля, в попелищі земля чорнотіла, Я дививсь – і німів, і прощавсь – і прощатись не міг*» (Малишко А., т. 2, с. 10). Індивідуально-авторські епітети урізноманітнюють лексичний та стилістичний фон поезії; будучи семантично місткими та образно глибокими, вони сприяють творенню незвичайних поетичних образів.

Складні епітети семантичного поля зі значенням «Україна», які передають враження майстрів слова від України, рідного краю, становлять, як правило, індивідуально-авторські утворення: *сонцекрила* Батьківщина; *безсоромно-прекрасна, веселозорна, владисто-висока, врівноважена, рахманно-тиха, сонцелика, сумна-невесела* земля; *веселозора* сторона, *красна-прекрасна, крилоорлина, многостраждальна, ширококрильна* Україна тощо. Поетичне мовлення несе більшу інформацію, ніж звичайна, непоетична мова. Це відбувається тому, що в поезії будь-які елементи мовного рівня можуть під-

носитись у ранг важливих, набувати семантичного характеру, одержуючи додаткове значення.

Образ України у світосприйманні П. Тичини переростає в образ надзвичайної просторовості, безмежності. Цьому сприяє вдале використання індивідуально-авторських епітетів, які передають враження, психологічне сприйняття майстром слова рідного краю, України: «*Чи пізнаєш мій голос? Я – це ж я, твоя крилоорлина, що дбає за твоє життя, Червона мати Україна!*» (Тичина П., т. 2, с. 220); «*Україна ж буде вільна: візьме долю обома – голосна, ширококрильна між народами всіма*» (Тичина П., т. 2, с. 289). У поетичному контексті епітети *крилоорлина, ширококрильна* набувають значення «вільна, незалежна».

«Перенесення значення слова-прикметника має дві сторони: це або наділення предмета невласливою йому якістю, або ж віднесення певної якості до сфери іншого виду відчуття» [5, с. 59]. У поетичному мовленні часто неживим предметам чи явищам приписуються властивості живих істот, внаслідок чого з'являється «придушений відтінок одухотворення», який яскравіше проявляється тоді, коли змальовуються неживі предмети чи явища за допомогою таких прикметників, які в прямому значенні характеризують поведінку людини, її почуття, переживання, розкривають внутрішній світ [3, с. 7]. Змальовуючи рідну землю, рідний край, майстри слова наділяють землю рисами, притаманними людині. Земля у світосприйманні поета, як жінка, стає то веселою, то сумною, то тихою, то грізною. Один із компонентів епітета-композиція до слова *земля* підсилює, увиразнює ознаку, названу іншою основою. У поезії М. Вороного земля змальовується не просто невеселою, а сумною-невеселою: «*Палали в пожежах садиби і села, Валились ліси, пустошилися од граду поля, І квіти пов'яли, і вилягли зела – Стогнала земля, Аж чорна сумна-невесела*» (Вороний М. Твори, с. 34). Шляхом поєднання в одному епітеті семантично близьких основ, а також внаслідок підсилення ознаки епітетом *чорна* автору вдається надзвичайно виразно передати горе, лихо й біду, що випали на рідну Україну.

СУМ пояснює значення прикметника *рахманний* як «смирний, тихий, спокійної вдачі» [4, т. 8, с. 456]. Поєднуючи в одному складному епітеті дві синонімічні основи *рахманний* і *тихий*, В. Малишко передає свої почуття до землі, свою любов до України: «*Несе любов до весен грозяних, До ранків у сріблястій млі, Любов до тих стежинок росяних, А що найбільше – до землі, Так, до землі рахманно-тихої*» (Малишко В. Доторк, с. 31).

Надзвичайно виразними, стилістично забарвленими, несподіваними своїм уживанням є індивідуально-авторські епітети-композиції, в яких поєднуються семантично різні основи: «*Дзвенів нещадно пожадливий день, Цілюючи ненадлима сонцем землю, Безсоромно-прекрасну, п'яну землю*» (Маланюк Є. Вибрані поезії, с. 100). Епітет *безсоромно-прекрасна* (земля) передає захоплення автора, його замилювання природою рідної України.

Відповідно до загальнохудожньої традиції поети ідентифікують Україну із землею, образ якої посідає одне з центральних місць в українській поезії. Її щедрість, родючість викликають захоплення багатьох майстрів поетичного слова. У змалюванні плодючості української землі, багатства рідного краю велику роль відіграють епітети-композиції, які становлять

окремий пласт лексики поетичної мови: *буйновіта, всещедра, двожилава, добродайна, житня-пшенична, многоплідна, многосила, повногруда, хлібородна земля, медомолочна* Україна тощо. Серед цих епітетів виділяються композити, які конкретизують ознаку, називають реальні плоди, принесені землею (*житня-пшенична, хлібородна, медомолочна*): «*Приліз раз у нашу землю змій та й каже: давайте мені, каже, всі землі удобні, всі землі родючі, житні-пшеничні, то, може, ще тоді я вас і не поім*» (Тичина П., т. 2, с. 80); «*Тебе, медомолочна, і бурякова, й пшенична, тебе хвалю, Україно, щоденна в муці одвічній*» (Гординський С. Поети Заходу, с. 105).

Образ землі у мові поезії внаслідок семантичної диференціації зазнає різноманітних ускладнень. У поезії І. Драча «Яблуна в Умані» образ землі – це символ єдності науки і Всесвіту, земля – основа всього на нашій планеті: «*Вечірнє сонце яблуком останнім Котилось з яблуками за бугор В спориш, в траву, у землю буйновіту, До центру слова і до центру світу!...*» (Драч І, т. 2, с. 90). Епітет *буйновіта* не лише окреслює слово земля, але й означає щось пишне, розкішне, що постає над землею. Земля – символ вічності, символ невмирущості: усе виходить із землі, усе знаходить спочинок у землі.

У поезії В. Стуса земля переростає у збірний образ мужнього, незборимого народу України: «*Ти вже не згинеш, ти двожилава, земля, рабована віками, і не скарать тебе душителям сибірами і соловками*» (Стус В. Зимові дерева, с. 95). Метафоричний епітет *двожилава* є тонким, влучним засобом самовираження поета, його естетичних задумів, мрій і прагнень.

Традиційним і стилістично виправданим засобом поетичної конкретизації України є також уживання топонімів. Найбільш частотними і покликаними встановити певні асоціації є образи *Києва, Львова, Переяслава*. Значно рідше у мові поезії використовуються інші географічні назви, зокрема *Чернечина, Одеса, Канів*. Топоніми в українській поезії є образним засобом зображення певної історичної епохи, часто відтворюють біографічну географію автора, вказуючи на населені пункти, де пройшло дитинство поета, де йому довелося побувати впродовж життя.

Складні епітети поетичної мови підкреслюють характерні ознаки топонімів, розкриваючи предмет зображення з несподіваного боку. Епітети-композити використовуються для створення яскравої образності, емоційного вияву думок і почуттів поета. Складні епітети з кольористичним елементом передають неповторність, чарівність міст України, авторське замишування їх красою.

Епітети-композити з кольоропозначеннями *золот-, злото-* найчастіше окреслюють *Київ*, відтворюючи незвичну красу церковних куполів цього міста, покритих золотом: «*Києве мій золотий, Ірпінська тишо смолиста І рожева моя Романівко!*» (Рильський М., т. 3, с. 47).

Дуже часто у поетичній мові епітети-композити з кольоропозначеннями *золот-, злото-* у своєму складі не створюють зоровий образ, а сприяють вираженню образу-почуття. При цьому предметний зміст слова майже повністю втрачається, перенесення значення ускладняється; емоційна оцінка яскрава, своєрідна й абстрактна. У поезії П. Тичини епітет *златоглавий*, як і *кволо-темний*, через асоціацію до двоглавого царського орла означає щось старе, вороже новому, а епітет *золот-срібен* характеризує новий, вільний, світ: «*Не златоглавий нам потрібен, не кволо-темний, не чупрун, не сам в собі старим*

заглибен, – а повен сили, злото-срібен, новий наш Київ, з юних юн!» (Тичина П., т. 2, с. 23).

В українській поетичній мові легко визначити сферу вживання складних епітетів із кольористичним компонентом. Якщо епітети з елементом *золот-, злото-* окреслюють Київ, то слова з елементом-кольоропозначенням *сиво-* характеризують Львів. При цьому компонент *сиво-* втрачає кольористичну семантику, означаючи «дуже давній, старий»: «*Ти синів найкращих, сивоглавий Львове, Обираеш нині на новий похід...*» (Рильський М., т. 2, с. 301).

Епітет *сиво-зелений*, у якому перший компонент *сиво-*, втративши кольористичне значення, розширив свою семантику і означає «дуже давній, старий», а другий компонент *-зелений* зберігає своє основне значення кольору, застосовується так: «*На віковім кладовищі У сиво-зеленому Львові Здіймаються вище і вище Багряні сузір'я кленів*» (Воронько П., т. 2, с. 313).

Епітети-композити з компонентом *сонце-, -сонячний* на позначення наявності сонця над містом, ступеня освітленості сонцем в українській поезії зустрічаються зрідка: «*Одесо, повносонячна Одесо! Життя в тобі – це не озерне плесо, не холодок під деревом, не тїнь, – а моря буряного широчинь...*» (Тичина П., т. 3, с. 145). Здебільшого це емоційно-метафоричні епітети настрою, які визначають авторське сприймання предметів чи явища: «*Львове рідний, сонцебризний, це тобі мій спів і сміх*» (Сосюра В. Червона зима, с. 91). У поезії В. Сосюри епітет *сонцебризний*, вживаючись у переносному значенні, означає «радісний, натхненний, повний щастя, надій» [4, т. 9, с. 459]. Близьке значення має індивідуально-авторський епітет *сонцекрилий*, що передає авторську оцінку події, ставлення до неї: «*Як же день отой забути, Переяслав сонцекрилий, Що осяя булавою непокірливий Богдан!*» (Рильський М., т. 3, с. 157).

«Для поетичної мови характерним є не лише використання всіх виражальних можливостей слова, його трансформація й розвиток, але й творення слів нових, зумовлених творчим прагненням до посилення художньої виразності, до свіжості поетичних образів» [1, с. 52–53]. Індивідуально-авторські складні епітети посилюють образність та емоційність висловлення, що сприяє створенню незвичних, яскравих образів. Поєднання індивідуально-авторського епітета-композита *стодзвонний* з іменником *Київ* творить незвичайний звуковий образ, який створює враження урочистості, піднесеності: «*Одпливав стодзвонний Київ, з пам'ятником гірка...*» (Нехода І. Поезії. Казки, с. 69).

Кожен майстер поетичного слова володіє індивідуальним секретом створення яскравого, естетично місткого образу. Метафоричні складні епітети служать одним із засобів посилення образності і виразності мови: «*Могильний вітер з тих ярів повіяв – Чад смертних возниц, тіл димучих згар. Дивився Київ, гнівнолиций Київ, Як в полум'ї метався Бабин Яр*» (Бажан М., т. 1, с. 293). Оказіоналізм *гнівнолиций* передає надзвичайну трагічність ситуації, страшне горе й біду, що випали на долю народу України. Епітет-композит сприяє чіткішому вираженню думок і настрою, посилює пізнавальну цінність поетичного твору.

Символом України, рідного краю в українській поезії часто виступає образ Дніпра та інших річок. Це образи, які стали символом дитинства, символом могутності і незламності народу України: «*Дніпре, Дніпре, ти, як мій народ, – гордий, волелюбний і могутній!*» (Костенко Л. Поезії, с. 160). Внаслідок

порівняння Дніпра з народом створюється незвичайно багатий найтоншими відтінками значення художній образ. Порівняння у виразне зображуване, робить його більш наочним, виявляє ставлення автора до предмета змалювання. Епітет *волелюбний* не лише служить засобом характеристики течії ріки (той, який любить простір, широчінь), але й образно передає прагнення народу до волі, незалежності.

Україна в українській поезії XX століття – багатоплановий і значеннєво наповнений образ. Філософськи узагальнений образ України в поетичному контексті актуалізується через низку мікрообразів, художніх символів. Символом України, її народу в мові поезії виступають образи верби та калини. Символіка рослинного світу надзвичайно виразна і багатогранна. Зазнаючи різноманітних диференціацій, у своєму розвитку, вона проходить складний шлях: від традиційного, фольклорного до індивідуально-авторського. Ускладнення семантики значною мірою залежить від лексичної сполучуваності слова у поетичному контексті. Складні епітети допомагають досягнути семантичне багатство слова, виявити часом прихований, незвичний відтінок значення.

Серед різноманітних лексичних полів лексики української поезії слова на позначення рослинного світу посідають значне місце. Найбільшу групу серед них становлять назви *дерев* (*дуб, верба, клен, липа* тощо) та *квітів* (*айстри, волошка, жоржина, конвалія, мак, лілея* тощо). Значно рідше в українській поезії зустрічаються назви *кущів* (*бузок, глід, калина, терен*) і *трав* (*ковила, конюшина, хвоц*). У мові поезії слова на позначення рослинного світу служать образним засобом зображення природи рідного краю, розкривають характер мовлення поета, його естетичні принципи та вподобання.

Складні епітети поетичної мови характеризуються особливою лаконічністю, стислістю, виразністю. За допомогою одного лише епітета автор розкриває різні властивості, якості зображуваного, передаючи своє ставлення до предмета змалювання. Значне місце у своїй образній системі майстри поетичного слова відводять складним епітетам з кольористичним елементом. Використовуючи складні епітети такого типу для зображення оточуючої нас дійсності, поети розкривають перед читачами неповторну красу, чарівність природи України, що дає змогу сприймати картину зображення наочно.

Складні епітети з кольористичним елементом тематичної групи *дерев* становлять найбільший пласт лексики української поезії цієї групи. Це дає можливість із цього класу слів виділити складні епітети, які передають колір листя, кори та плодів *дерев*. Найчисленнішими серед них епітетами, що передають забарвлення листя *дерев*, є такі: *багряно-жовті* дерева, *білолисті* верби, *білокура* верба, *бронзово-темні* дуби, *вічнозелене* дерево, *зеленоволосі* верби, *златокосі* берези, *зеленокоса* верба, *зеленокрила* яблунька, *зеленорунні* каштани, *зеленочолій* дуб, *зеленошумне* смереча, *зелено-ярий*, *міднолистий*, *мідянолистий* дуб, *русокосі* берези, *світло-попелясті* осики, *срібнолистий* осокір, *срібнолисті* осики. Усі ці епітети створюють надзвичайно гармонійну і водночас поліфонічну кольористичну картину, яка повністю підкоряється емоційній будові та ідейному напрямку ліричного твору.

Висновки. Складні прикметники-епітети, вербалізуючи образ України, відзначаються великою різноманітністю, семантичною місткістю, експресивним забарвленням. У поетичному контексті розширюється та збагачується їх значення, увиразнюються художні образи. Вони служать створенню яскравої образності, емоційному вираженню думок і почуттів поета.

Література:

1. Калашник В. Особливості слововживання в поетичній мові : навчальний посібник. Харків : ХДУ, 1985. 68 с.
2. Рудь О. Поетичне слововживання складних прикметників та дієприкметників. Словник. Суми : СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2001. 270 с.
3. Рудь О. Складні епітети семантичного поля із значенням «Україна» (на матеріалі української поезії XX століття). Київ : Рідна мова, 1998. 40 с.
4. Словник української мови : в 11 т / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. 1–11.
5. Шамота А. Переносне значення слова в мові художньої літератури. Київ : Наукова думка, 1967. 127 с.

Rud O. Complex adjectives as a means of verbalizing the image of Ukraine

Summary. The article is devoted to the descriptive semantics and artistic-expressive functions of complex adjectives as a means of verbalizing the image of Ukraine in poetic speech of the XX century. It was found that the lexeme “Ukraine”, which is the core of semantic field with the meaning “Ukraine”, groups around itself the peripheral words “Homeland”, “Fatherland”, “land”, “side” and soon. In accordance with the general artistic tradition, poets identify Ukraine with the land, the image of which occupies one of the central places in Ukrainian poetry. The philosophically generalized image of Ukraine is actualized in poetic context through the number of micro-images and artistic symbols. It is determined that the linguistic image of Ukraine is revealed through the use of toponyms (Kyiv, Lviv, Pereyaslav, Chernechchyna, Odessa, Kaniv), hydronyms (Dnipro), names of flora (willow, oak, birch, apple, chestnut, spruce, aspen) etc. In poetic context, these words undergo semantic concretization, figuratively naming and characterizing Ukraine. The main attention is paid to the semantics, functional load of complex adjectives as a means of verbalization of image of Ukraine. Based on the analysis of significant factual material, semantic-functional groups of complex adjectives are distinguished: composites to denote positive evaluation, psychological perception; complex adjectives of sound semantics; composite adjectives of color component; adjectives to denote features of nature, landscape etc.; complex adjectives to denote the population, the power of the country. Complex adjectives that reveal the image of Ukraine convey the impressions of masters of the word from their native land Ukraine and are mostly individual-author formations. Composite epithets are used for emotional expression of the poet's thoughts and feelings, creating a vivid imagery, extremely harmonious and polyphonic picture, which is completely subject to emotional structure and ideological direction of the lyrical work.

Key words: complex adjectives, composites, means of verbalization, epithets, image of Ukraine, individual-author language thinking, poetic speech.

Руснак Ю. М.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри суспільних наук та українознавства
Буковинського державного медичного університету

СЕМАНТИКО-СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРИСЛІВНИКІВ ЧАСУ У МАЛІЙ ПРОЗІ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ

Анотація. Статтю присвячено аналізу прислівників часу у малій прозі О. Кобилянської. Зроблено спробу з'ясувати семантичні відтінки прислівників часу, охарактеризувати їхні словотвірні особливості та діалектний вияв, загалом на прикладі прислівників часу визначити особливості мовостилі буковинської письменниці. З'ясовано, що у малій прозі О. Кобилянської чимало прислівників часу, які означають послідовність дій та її різновиди, такі як «швидко послідовність дій» (*небавом, незабавом, відтак, потому, по тому, дальше*), «очікування наступної дії» (*туй-туй*), «нерегулярність дій» (*раптом, іноді, оногди, подеколи, не раз*), «регулярність дій» (*зачасто, щохвили, завсіди, завжди, назавсідги, завше, назавше*), «передчасність дії» (*передчасом, передом, наперед*), «попередня дія» (*передучора, перше, передше*). Низка прислівників виражає контамінацію семантики часу і способу дії, а саме «сталий вияв дії» (*неустанно, безустанно, безнастанку, безперестанку, заодно, заедно*). У художньому дискурсі буковинської письменниці спостерігаємо розмаїття прислівників від коренів *час, раз*, які реалізують зазначені значення. У мові малої прози функціонують прислівники, які реалізують лінійність часу в межах тижня, року, доби (серед них чимало прислівників народно-розмовного характеру). Прислівники часу утворені переважно морфологічним способом (префіксальним, префіксально-суфіксальним різновидами, складанням слів (редуплікація словоформ)), морфолого-синтаксичним (адвербалізація) та лексико-синтаксичним. Особливістю мовостилі буковинської письменниці є прислівники-діалектизми, які функціонують у фонетичних та словотвірних варіантах. Функціонування діалектизмів та літературних відповідників у художньому дискурсі О. Кобилянської кінця XIX – початку XX ст. свідчить про вироблення літературного почерку письменниці або зумовлено творчим задумом авторки.

Ключові слова: прислівники часу, мала проза, мовостиль О. Кобилянської, діалектизми, способи словотвору, фонетичний варіант, словотвірний варіант.

Постановка проблеми. Неповторного колориту малій прозі О. Кобилянської надають прислівники, що складають одну з найбільш дискусійних частин мови в сучасній граматиці. Прислівник – «лексико-граматичний клас незмінних (невідмінюваних і недієвідмінюваних) слів, співвідносних з іменами і дієсловами» [9, с. 430]. За семантикою прислівники поділяються на атрибутивні та обставинні. Клас обставинних прислівників представлено прислівниками часу, місця, причини, мети.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти мовотворчості Ольги Кобилянської досліджували чимало мовознавців, передусім буковинських, таких як Н. Гуїванюк, Н. Бабиш, Л. Ткач, О. Кульбаська, М. Скаб, Н. Руснак, С. Шабат-Савка, О. Кардашук, Т. Гуцуляк, В. Чолкан, О. Максим'юк, О. Даскалюк.

У розробленні прислівника спираємось на праці І. Вихованця [1; 2], К. Городенської, В. Горпинича, О. Безпояско, П. Білоусенка, В. Німчука [6], Г. Гримашевич [3], В. Русанівського, І. Уздиган.

Метою статті є аналіз прислівників часу у малій прозі О. Кобилянської, а саме з'ясування семантичних відтінків прислівників часу, характеристика їхніх словотвірних особливостей та діалектного вияву, визначення особливостей мовостилі буковинської письменниці загалом на прикладі цієї групи лексики.

Виклад основного матеріалу. Прислівники часу вказують на час дії, проте прислівники часу в малій прозі буковинської письменниці вказують не лише «на час, коли відбувається дія (*влітку, вчора*), але й на час, з якого відбувається дія (*здавна, зроду*), на межу дії в часі (*доти, довіку*)» [9, с. 433], а також позначають послідовність дій у часі та їх різновиди.

На швидко послідовність дій вказує прислівник *небавом*, нар.-розм. «незабаром, скоро» [8, с. 617; 7, с. 326], утворений від дієслова *бавити* «затримуватись, тривати» [7, с. 21] префіксально-суфіксальним різновидом морфологічного способу. У конструкціях з прислівником *небавом* зазначено попередню та наступну дії, прислівник *небавом* актуалізує наступну: *Я завела з мужичкою розмову та небавом і довідалась цілу історію її життя* [5, с. 181]. *Може, умру небавом, бо я слаба* [5, с. 183].

Проте й попередня дія може бути актуалізована, представлена розлого: *Небавом по тім, як я усіла на своє місце, явилась й вона і усіла в другім ряді, саме передо мною* [5, с. 264].

Як словотвірний варіант діалектизму *небавом* інтерпретуємо прислівник *незабавом*: *Вони назвали його гордим птахом, на котрого треба клітки <...> таким, що розказ цісарський стоптав ногами <...> котрий **незабавом** і в Бога не буде вірити <...> бо має сотки овець і коней* [5, с. 118].

Послідовність дій виражає прислівник *відтак* («після чого-небудь, далі») [8, с. 145]: *Хвилю мовчали ми, **відтак** почала я знов* [5, с. 183]. ***Відтак** засунув її тісно над чоло, потягнув іще раз із пляшки, подав пляшку жінці і, заховавши її опісля коло себе в ноги, закинув собі віжки на шию* [5, с. 315].

На таку ж семантику, а саме на послідовність дій у часі, вказує прислівник розмовного характеру *потому*, [8, с. 851]: ***Потому** мого товариша впустили на волю* [5, с. 344].

У новелі «Природа» О. Кобилянська використовує орфографічний варіант *по тому*, який увиразнює походження прислівника: *Так, тепер буде ліше; а **по тому** знов я зашу вузля і підкуру хату зіллям* [5, с. 130].

Послідовність дій реалізує прислівник *дальше*, який, на нашу думку, постав під впливом язичія. У сучасній українській мові послідовність дій виражає прислівник *далі* «після

цього, потім» [8, с. 213]. Прикметник *далекий* (вищ. ст. *дальший*), прислівник *далеко* (вищ. ст. *далі*) мають семантику простору («той, який розміщується на значній відстані») [8, с. 213], прислівник *далі* – семантику простору і часу: *Коли замовкала, говорила **дальше** в мовчанці душею* [5, с. 280]. *Нехай поглибляться в неї поважніше і наберуть із неї корму для себе, щоб стати в першій лінії капіталом самій собі; **дальше** – і в повнім значенні слова: правдивою товаришкою чоловікові своєму* [5, с. 342].

Очікування наступної дії виражає прислівник-діалектизм *туй-туй* («ось-ось»). За Етимологічним словником української мови, *туй* – запозичення з польської мови, пол. *tuć* («ось-ось, мало не») складається з *ti-* «тут» і *j* займенникового походження [4, Т. V, с. 670].

Прислівник *туй-туй* – одна з рис мовостилі письменниці: *Чула, **туй-туй** упаде* [5, с. 314]. *А коли ставала, аби набрати сил, її груди, здавалось, **туй-туй** розсадяться, і дзвінки ляжливо вмовкали, мов ховалися раптом у сніг* [5, с. 318]. *Здавалось <...> **туй-туй** здобуде корону на голову* [5, с. 365]. *Хоч нас, німців, і називають холонокровними, але я **туй-туй** трохи не скитів* [5, с. 158].

Характерно, що письменниця використовує і літературний відповідник до діалектизму *туй-туй*: *Гадаю – **ось-ось** сонця дйткнуса, а раптом дотикаюся милостині* [5, с. 345].

Не очікування дії, її несподіваний вияв виражає прислівник *раптом* – запозичення з польської мови, пол. *raptem* («раптово, зненацька, знічев'я; всього-на-всього») є формою ор. в. від заст. *rapit* («викрадання панночок»), яке походить від лат. *rapitus* («викрадання, грабіж») [4, Т. V, с. 28]. *Гадаю – **ось-ось** сонця дйткнуса, а **раптом** дотикаюся милостині* [5, с. 345].

Нерегулярний вияв дії виражає прислівник *іноді*, діалектний варіант *оногди*. Пояснення фонетичного варіанта *оногди* подає Етимологічний словник української мови. Пор.: *іноді* – псл. **inъ- g(ъ)dě*, утворене із займенника *inъ* «один, інший» та формального елемента *gъdě*, який, очевидно, виник внаслідок контамінації двох часток, а саме *-gъ-* (*ga*) і *-dě* (*-da, -dy*) [4, Т. II, с. 307]. Пор.: *Жде лиш відповідного часу, щоб **іноді** розгулятися злбним вихром і застелити за одну хвилину землю хаотичним узором різнородного опадаючого листа* [5, с. 322]. *І ждуть безчисленні дні і ночі, очікуючи зоночі чудотворної години півночі тієї, що приводить **іноді** чудеса з собою, а їм мала б принести воскресення чудес* [5, с. 327].

Вважаємо, що функціонування літературного прислівника *іноді* і діалектного *оногди* у малій прозі О. Кобилянської свідчить про вироблення літературного почерку письменниці: *Але **оногди** була у пані Н.* [5, с. 376]. *Його знов упоїв, як і **оногди**, той проклятий невіра, хоче його затуманити, щоб йому виса-нав за півдурно кукуруду* [5, с. 188].

Таку ж семантику, а саме нерегулярність дії, виражає прислівник *подеколи*: ***Подеколи**, в поодиноких хвилях, відтягалася від мене, мовби відпихана прочуттям якогось болю, що мав її стрінути від тої сильної натури* [5, с. 277].

Регулярність дії відтворює прислівник *зачасто*: *Я був би їх убирав у найтонші рукавички, ті малі, ніжні, рухливі пташки, щоб не стикалися **зачасто** з грубим товаром поденщини, не стратили того, що я, син музи, любив наді все, – смислу чистоти* [5, с. 213].

Значення «регулярність дії» у художньому контексті виражає прислівник *щохвили*, утворений від іменника *хвиля*, на зра-

зок *щодня, щоліта*, проте останні вказують на час дії: *А він **щохвили** питає: «Ідеши уже, Параско?»* [5, с. 230].

Контамінацію семантики часу й способу дії, а саме сталий вияв дії, виражають прислівники *завсігди*, *завсіди*, фонетичні варіанти діалектизму до літературного *завжди*. Фонетичні варіанти *завсігди*, *завсіди* – результат злиття прийменника *за* в часовій функції і прислівника *усігди* («завжди») [4, Т. II, с. 219], прислівник *усігди* походить від псл. **vъseгда* [4, Т. VI, с. 47]. Пор.: *Одна з них, рапна Wandy говорила дуже много про освіту, про гуманність, про чуття, стояла зі мною майже **завсіди** на воєнній стопі і звала мене глумливо: Гейне (с. 190). Та там, де ми раз усі стрінемося, я вас **завсіди** маю. Тому, коли говорю до вас, я маю вас усіх на думці* [5, с. 407]. *Я прецінь навчилася вже від тебе добачувати артизм у житті, а щодо невидимих тонкостей у людях, то їх відчує мій інстинкт. Він був мені **завсігди** найліпшим проводатором* [5, с. 260]. *І тому, що він не був такий злий мужик, як інші, а був **завсігди** добрий і чесний, і що хлопчисько не мав серця до війська, мимо свого медвежого здоров'я й сили* [5, с. 303].

Письмениця використовує префіксальне утворення від *завсігди* – *назавсігди*, пор. літ. *назавжди*: *Хто мав би ту силу прикувати її **назавсігди** до себе* [5, с. 277]. *Постарівся з ними, знав звичаї їх життя і ніяк не міг відірватися від сього кусника землі **назавсігди*** [5, с. 301].

У художньому дискурсі письменниці функціонують прислівники *завше*, *назавше*. *Завше* – запозичення з польської мови, результат злиття прийменника *за* і прислівника *wszegdy* [4, Т. II, 220]: *Тому гостру, страшну паню, що **завше** дивилася на його ноги, як увійшла до канцелярії, і він там був* [5, с. 132]. *Вона **назавше** з книжками подружилася* [5, с. 379].

У мовостилі О. Кобилянської є прислівникові утворення від кореня *час*. Так, прислівник *від часу до часу* (пор. літ. *час від часу*), утворений складанням слів (редуплікацією слів), адвербіалізована форма орудного відмінка іменника *час* – *часом* функціонують зі значенням «нерегулярна дія»: *Перед нею, ні, майже в її ногах, біжить потік; дець над її головою високо на смереці шолопається блискавкою вивірка, з лісу проноситься **від часу до часу** якийсь уриваний звук яструба, в воздуху уганяються мухи, мотилі* [5, с. 217]. ***Від часу до часу** обертається до неї більша і кличе* [5, с. 347]. ***Часом** спинялись її лагідні очі задумчиво на лиці її дитини* [5, с. 371]. ***Часом** одушевлялась ними, а **часом** злбно обсмівала* [5, с. 381].

Префіксальне утворення від прислівника *часом* – *передчасом* народно-розмовного мовлення має значення «передчасний вияв дії»: *Її великі листки скраю скрутилися, незаметно потемніли і **передчасом** зів'яли* [5, с. 212].

У мові є прислівники, які реалізують лінійність часу в межах тижня: *завтра, сьогодні, вчора*. О. Кобилянська використовує префіксальні утворення від цих прислівників: *передвчора, позавтра* (літ. *післязавтра*). Прислівник *завтра* – результат злиття прийменника *за* і родового відмінка іменника *utro* (*utra*) «ранок», яке в такому звуковому оформленні в українській мові не зберілось [4, Т. II, с. 220]; *увчора* – псл. **včera*, розглядається як давня форма орудного відмінка однини іменника *večerъ* з редукцією першого голосного *e* [4, Т. VI, с. 57]. *Так? А ще **передвчора** казали ви, що якби трапився вам який чоловік, то взяли би його зараз до хати <...> чи не так?* [5, с. 218]. *Новий капелюх збавив я собі і нові, лиш **передвчора** куплені рукавички* [5, с. 154]. *Але **сейчас** **завтра** іде до попа* [5, с. 134].

Приглянься їй завтра, а **позавтра**, як прийде і видасться нам можливою істотою, може, й приймемо [5, с. 264].

У новелі «Природа» О. Кобилянська використовує фонетичний діалектизм *сегодне* та літературний відповідник *сьогодні*, причому в персонажному мовленні, а саме мовленні гуцулки-селянки, функціонує фонетичний варіант *сегодне*, а його літературний відповідник – в авторському пейзажному описі. *Ні, сегодне не загостить другий раз; онде все лиготить вечірня зірниця, та й місяць сегодне вповні!* [5, с. 131]. *Зараз наперед нього, попід саму гору, плула ріка; підбувши сьогодні через бурю, неслася великими пінистими хвилями, що сумно влискувалися в місячному світлі* [5, с. 132]. *Сьогодні рано він сів на свого дикого коня і, мов божевільний, пігнав дорогою* [5, с. 128].

Лінійність часу в межах року виражають прислівники народно-розмовного характеру, утворені від іменників на позначення пори року, причому утворені за однією словотвірною моделлю: *узмі, взмі; уліті, вліті* (фонетичні варіанти). *А узмі? Та й взмі так* [5, с. 233]. *Звичайно діставали 20 зр., але сим разом і тому що наперед і взмі – лише стільки* [5, с. 312]. *Уліті возили від часу до часу до одної великої лазні в місто мітелки із зеленого дубового листя, де діставали від сотки 2 зр. Йому попросту треба було дерева на колибу, де вліті сидів із матір'ю і дозирава стада своїх овець та коней* [5, с. 117].

Лінійність часу в межах доби виражають прислівники *вднину, уднину* (фонетичні варіанти), *вдень, досвіта, надранком, опівночі*. Конкурування діалектних форм *вднину, удину* (фонетичні варіанти) і літературного *вдень* засвідчує пошук письменницького почерку авторки: *Обтовкала їх так, що якби вднину, то, може би, і побачила, як її кров воду* [5, с. 237]. *Тут світив місяць ясно, як уднину, і вона увиділа світ* (с. 238). *Удень тонула в книжках або рисувала* [5, с. 376]. *Предивна музика, що добувалася опівночі з глибини його, розпливаючися ніжно дзвенячою мрією в весняних ночах дрімучим лісом <...> згубилася* [5, с. 327].

У синонімічні відношення вступають мовні одиниці *досвіта* та *надранком*. *Таки проспиться; встала так досвіта, а тепер іде до полудня* [5, с. 245]. *Надранком бій устав* [5, с. 318].

Особливістю мовостилі письменниці є розмаїття прислівників від кореня *раз* «один момент повторюваної дії; випадок; (числ.) один; одного разу; (ст.) удар» – псл. *газь* «удар», пов'язане чергуванням голосних *гѣзати* «різати» [4, Т. V, с. 15]: *раз, чимраз, щоразу, щораз, не раз, нараз, відразу, зразу, раз коло разу, раз у раз*.

О. Кобилянська використовує іменник *раз* зі значенням «однократна дія» [8, с. 945]: *Грала етюд Шопена. Кілька разів раз по раз* [5, с. 273]. *Потім він хотів заплатити і два рази тільки кару, аби його не задержували* [5, с. 117].

Раптовий вияв дії виражають прислівники *раз* (адвербіалізований іменник) та префіксальне утворення від нього *нараз*: *Вона страх бажала опинитися на морі, побачити його раз у бурю, або як сходить сонце, або в місячну ніч* [5, с. 113]. *Та вона хотіла би раз побачити очі і його уста зблизька* [5, с. 114–115]. *Раз їй було спало на думку, як би воно було, якби він любив дівчину* [5, с. 122]. *Не знаю, скільки плакала, але я нараз зачула, що хтось потряс мною в плечах сильно* [5, с. 281]. *Поза тим не бачить нічого і не встів більше нараз подумати* [5, с. 313].

І здалося їй, ні, не здалося, бо вона се таки відчула, що вона станула нараз дуже високо [5, с. 402].

Прислівник *чимраз*, утворений лексико-синтаксичним способом, має значення «кожен раз», функціонує як прислівник міри вияву ознаки до ступенів порівняння прикметників і прислівників: *Простір той такий широкий передо мною, що конче пожре твої сили, він чимраз більше і більше займає мій ум і мене* [5, с. 348]. *Їй здавалося виразно, що, замість кулака, настановилася там за нею на санках чорна, недвижна, кінчаста купа, стається чимраз тяжчою й дивиться заєдно на її хребет* [5, с. 317–318].

Становлення української літературної мови на Буковині увиразнюють орфографічні варіанти *чимраз, чим раз*: *Вона вже така збіджена з гризоти і з видатків, що чим раз, то більше чорніє* [5, с. 352].

Значення «регулярний вияв дії» мають прислівники *щоразу, щораз* (словотвірні варіанти), які також зазвичай функціонують при прислівниках у вищому ступені порівняння: *І тайком, мало-помалу, а потім щоразу частіше почали появлятися в її дневнику стихи* [5, с. 371]. *Хвили його женуть одна одну до берега, грають весело і умовляються шумливо щоразу і щодня гнати так весело* [5, с. 346]. *Крізь понуру масу мряк, в яку уткалася гризуча туга, що укладалася щораз тяжче на все й ширилася тяжкими хвилями так далеко, як око сягало, спонукаючи, що всі барви блідли, пробивався один голос* [5, с. 305].

Прислівник *не раз* має значення «нерегулярний вияв дії»: *«Я не можу зрікатися всього так, як ти!» – говорила не раз роздрознено, коли я напам'янала їй числитися ліпше з грішми* [5, с. 255].

Прислівник *відразу* позначає початок дії: *За молодого дівчиною з несміливими, смутними очима, що відразу почула в нім пана свого* [5, с. 373].

Прислівник *зразу* («попередній вияв дії») передбачає опозицію *зразу – потім*, функціонує у протиставних конструкціях, у художньому дискурсі О. Кобилянської вступає в антонімічні відношення з прислівником *опісля*, фонетичним варіантом до літ. *після*: *Зразу легким танцем на поодиноких місяцях, а опісля в зміненому темпі* [5, с. 309].

Складанням слів (редуплікацією словоформ) утворено прислівникові форми *раз коло разу* (діал.), *раз у раз, раз по раз* (літ.), що позначають «регулярність, неодноразовий вияв дії». *Збігала шаленим летом від ясних звуків до глибоких, а там – неспокій, глядання, розтучливе нищорення раз коло разу, товплення тонів, бій* [5, с. 291]. *Вона попивала жадібно подаваний їй ним розігріваючий напиток, хухаючи раз у раз у закріплені руки* [5, с. 315]. *Я чула не раз сей етюд, чула й забувала наново, але коли вона грала його кілька раз раз по раз – я неначе інший слух дістала* [5, с. 273].

Попередній вияв дії, тобто дію, віднесено до минулого, виражають прислівники, похідні утворення від іменника *перед* – псл. **perdъ* «перед», утворене від прикметника *perdъ* «перед» [4, Т. IV, с. 340]: *наперед, передом*. *Звичайно діставали 20 зр., але сим разом і тому що наперед і взмі – лише стільки* [5, с. 312]. *Про неї говорено, що хотіла в своїм найкращім дівочім віці, саме в вісімнадцятім році життя, виходити заміж за одного старого вченого, не бачивши передом ані разу, лише тому, що чула, що він посідав величаву бібліотеку, відбував великі подорожі і міг їй дати нагоду виобразуватися* [5, с. 421].

Таку ж семантику «попередній вияв дії» виражають прислівники, що є похідними утвореннями від *перший*, очевидно, давніше **перший*, що виникло як форма вищого ступеня від *перший* [4, Т. IV с. 358]: *не першина, перше. Їй не першина дитину ховати, не біється!* [5, с. 361]. *Йому мусило усе те статися, бо спровадився до своєї нової хати вверху, не посвятивши її перше!* [5, с. 134].

У художньому дискурсі натрапляємо на прислівник *передше*, який ми схильні розглядати як контамінацію слів *перед* і *перше*: *І в тім, що вона передше говорила, була, мабуть, правда* [5, с. 273].

Низка прислівників суміщає у собі значення часу та способу дії. Так, постійний, сталий вияв певної дії, тобто дії впродовж певного часу, реалізує прислівник-діалектизм у варіативній формі *заєдно*, *заодно*, похідний від числівника *один*. *Переберу ще годину англійської мови, і буде все добре, – успокоювала я її, а вона плакала, нарікаючи заєдно на своїх родичів, що посилали їй, на її думку, замало грошей* (с. 258). *Тут високі покої, і він буде прекрасно звучати, – говорила заєдно* (с. 272). *Вона має ту силу, – казав він, – що зміняє в людях настрої, і під час коли се говорив, то, дивлячись заєдно на мене, мінився справді* [5, с. 159]. *Той також заодно за нею глядів, але за те вона його ненавиділа* [5, с. 365]. *Дітоньки! Ви на мене не звжаєте, а я вас заодно бачу* [5, с. 407].

Контамінацію часу і способу дії, а саме «дію, що триває певний час», виражають прислівники *неустанно*, *безустанно*, *безнастанку*, *ненастанно*, *безперестанку*, ймовірно, похідні утворення від дієслова *стати*, не зареєстровані ні у Словнику української мови, ні у Словнику буковинських говірок. *Під час розмови переслідувала мене неустанно думка, що сей бідолаха не зазнав від колиски доброї хвилини* [5, с. 186]. *Він розчував її проникливими, як лід, холодними очима, що неустанно за нею слідили* [5, с. 373]. *За чим шукає в нім безустанно?* [5, с. 285]. *У день перед тим чорні ворони окружували безнастанку соломою криту хатину, мовби там лежав труп і ждав на них довго* [5, с. 304]. *Вони дожидали її кінця, і свічка горіла коло неї майже ненастанно* [5, с. 312]. *І гудить, і шелестить ненастанно* [5, с. 316]. *Дзвеніла безперестанку, неначе знала одностаїним, безжурним летом через цілий безмежний простір* [5, с. 317].

Значення «початок дії» реалізують прислівники *змалку*, *з маленьку*. *Я вам кажу, люди, що оце з Магдаленою щось є, – сказав він. – Я її не від цього знаю, а змалку знаю* [5, с. 360]. *Уже змаленьку ладувала доля йому залізо на плечі, і він його двигав, чим раз більше й більше, доки сама його грудь у залізо не обернулася* [5, с. 402].

Висновки. У малій прозі О. Кобилянської чимало прислівників часу, які означають послідовність дій та її різновиди, такі як «послідовність дій», «очікування наступної дії», «нерегулярність дій», «регулярність дій», «передчасність дії», «попередня дія». Низка прислівників виражає контамінацію семантики часу і способу дії, а саме «сталий вияв (постійний) дії». У мові малої прози функціонують прислівники, які реалізують лінійність часу в межах тижня, року, доби (серед них чимало прислівників народно-розмовного характеру). Прислівники часу утворені морфологічним способом (префіксальним, префіксально-суфіксальним різновидами, складанням слів (редуплікація словоформ)), морфолого-синтаксичним (адвербалізація) та лексико-синтаксичним. Особливістю мовистилу буковинської письменниці є прислівники-діалектизми, які функціону-

ють у фонетичних та словотвірних варіантах. Функціонування діалектизмів та літературних відповідників у художньому дискурсі О. Кобилянської кінця XIX – початку XX ст. свідчить про вироблення літературного почерку письменниці або зумовлено творчим задумом авторки.

Література:

1. Вихованець І. Теоретична морфологія української мови. Київ : Пульсари, 2004. 400 с.
2. Вихованець І. Частини мови в семантико-граматичному аспекті. Київ : Наукова думка, 1988. С. 185–222.
3. Гримашевич Г. Відприкметникові прислівники в українських діалектах. URL: file:///C:/Users/User/Desktop/Npkpnu_fil_2013_34_25%20(1).pdf.
4. Етимологічний словник української мови : в 7 т. / за ред. О. Мельничука. Київ : Наукова думка, 1982–2012.
5. Кобилянська О. Зібрання творів : у 10 т. Новели. Оповідання. Поезії в прозі / ред. В. Антофійчук, С. Кирилюк та ін. Чернівці : Букрек, 2013. Т. 1. 476 с.
6. Німчук В. Прислівник. Історія української мови. Морфологія / ред. А. Грищенко та ін. Київ : Наукова думка, 1978. С. 342–412.
7. Словник буковинських говірок / ред. Н. Гуйванюк. Чернівці : Рута, 2005. 688 с.
8. Словник української мови / за ред. В. Жайворонка. Київ : Про-світа, 2012. 1320 с.
9. Сучасна українська мова. Морфологія / за ред. І. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1969. 584 с.

Rusnak Yu. Semantic and structural features of time adverbs in Olga Kobylyanska's short prose

Summary. The article is devoted to the analysis of time adverbs in O. Kobylyanska's short prose. An attempt is made to find out the semantic nuances of time adverbs, to characterize their word-forming features and dialectal expression, in general, to determine the peculiarities of the Bukovinian writer's language style on the example of time adverbs. It has been found that in O. Kobylyanska's short prose there are many time adverbs that mean the sequence of actions and its varieties such as: "sequence of actions" (*небавом, незабавом, відтак, потому, по тому, дальше*), "waiting for the next action" (*туй-туй*), "irregularity of actions" (*рантом, іноді, оногди, подеколи, не раз*), "regularity of actions" (*зачасті, щохвилі, завсіди, назавсіди, назавсігди, завше, назавше*), "premature action" (*передчасом, часом, передом*), "previous action" (*пердучора, перше, передше*). A number of adverbs express the combination of the semantics of time and mode of action "permanent manifestation action" – *неустанно, безустанно, безнастанку, ненастанно, безперестанку, заєдно*. In the artistic discourse of the Bukovinian writer we observe a variety of adverbs formed from roots *час, раз*. In the short prose by O. Kobylyanska there are adverbs that realized the linearity of time within a week, year, day (among them a lot of dialect units). Time adverbs are formed mainly with the help of such word formation methods as: morphological (prefixal, prefixal-suffixal methods, word composing (word form reduplication), morphological-syntactic (adverbalization) and lexical-syntactic. A feature of the Bukovinian writer's style is adverbs-dialectisms, which function in phonetic and word-forming variants. Functioning of dialectisms and literary equivalents in the O. Kobylyanska's artistic discourse indicates the development of literary handwriting of the writer or due to the creative idea of the author.

Key words: time adverbs, short prose, O. Kobylyanska language style, dialectics, word-formation methods, phonetic variant, word-formation variant.

Sandyha L. O.,*Ph. D. in Linguistics,**Assistant Professor at the Department of Foreign Languages
of the Faculty of Economics**Taras Shevchenko National University of Kyiv***Sviatiuk Yu. V.,***Ph. D. in Linguistics,**Associate Professor at the Department of Foreign Languages
of the Faculty of Economics**Taras Shevchenko National University of Kyiv*

ENGLISH NEOLOGISMS IN TOURISM

Summary. The article investigates the English neologisms coined in the sphere of tourism as a complex phenomenon and their word-formation types. Neologisms are defined as newly coined lexemes or word combinations or the existing words which acquired a new meaning that name new phenomena and are moderately used by most speakers of a given language. Despite a wide array of researches in neology, the problem of neologisms' investigation is topical due to their absolute novelty, especially when it concerns the study of a particular sphere in which neologisms are born.

With regard to the fact that modern people sometimes lack time for long holidays and at the same time desire unusual and non-standard trips and accommodation while travelling, a wide range of new non-traditional ways of travelling have emerged. Therefore, the focus of our research is on the neologisms which nominate new types of non-standard holidays (*astrotourism, wall crawl, daycation, nakation, heritage travel, DNA trip*), family holidays (*greycation, maternymoon, landmarkation*), tourists (*randonaut, begpacker*), modern types of hotels (*poshtel, bubble hotel*) and the adjacent phenomena (*mistake fare, flight shaming, undertourism, over-tourism*). The emphasis is also laid on the study of the neologisms denoting new types of holidays which have appeared as a result of the Covid-19 pandemic (*air bridge, corona corridor, travel bubble*).

The neological coinages for this research were selected by means of sampling from electronic lexicographic sources and reputable Internet sites.

The derivational characteristics of the neologisms at issue are also in the focus of our attention. The word-forming mechanisms which take part in the neologisms' formation, namely affixation, blending, and compounding are studied. Within the framework of the research blending turned out to be the most productive word-forming mechanism (47% of the neologisms from the sampling), with compounding coming second with 43% of the neologisms under investigation. Affixation was discovered to be the least productive word-forming mechanism accounting for the remaining 10% of the sampling.

General conclusions are made at the end of the article and suggestions for further neological researches are offered.

Key words: neologism, blending, compounding, affixation.

Problem statement. It would be no exaggeration to say that the modern world is changing at a pace never seen before. Modern people are always on the search for something new, be it a new

technology, a new kind of entertainment, or a new type of holiday. The variety of the latter has become so abundant, that a new array of neologisms has emerged to name them. The neological coinages in this sphere have not been researched as a complex phenomenon yet due to their absolute novelty. Thus, such new holiday practices and phenomena denoted by corresponding neologisms are the object of current research.

Analysis of recent research and publications. Neologisms have always been considered interesting objects of research by a multitude of linguists worldwide, namely J. Algeo, A. Lehrer, K. Maxwell, A. Metcalf, P. Hohenhaus, R. Fischer, B. Aarts and A. McMahon, K. Karpova, Yu. Zatsnyi, M. Shutova, L. Sandyha and many others. For instance, R. Fischer [5], Yu. Zatsnyi [2], M. Shutova [1] researched neologisms comprehensively in the English language, neological word-formation techniques were investigated by A. Lehrer [8], L. Sandyha et al. [11] researched English neologisms in different spheres, for instance, in the sphere of ecology.

There are still numerous challenges neologisms are facing, for instance, what the difference between a neologism and a nonce-word is, how many times a neologism must be used and how long it takes for it to become fixed in a dictionary etc.

In the framework of this research neologisms are defined as 'newly coined or existing words or word combinations which name new concepts or phenomena and which are moderately used by most representatives of a given society' [11].

The aim of the article is to study the neologisms coined in the sphere of tourism as a complex phenomenon, as well as their word-formation types.

Presentation of the main material. Within the framework of our research 47 neologisms nominating new types of holidays, tourists, hotels and the adjacent phenomena were selected by sampling from the following lexicographic sources: About Words – Cambridge Dictionaries Online Blog [3] and Buzzword Archive – Macmillan Dictionary [4]. The neologisms at issue have also been taken from reliable Internet sites, namely www.telegraph.co.uk, <https://www.theaustralian.com.au>.

The research methods were selected on the basis of the aim, objectives of the study and the accumulated data. Therefore, the following linguistic methods were employed: 1) semantic analysis (to analyze the lexical meanings of the neological vocabulary under

investigation); 2) descriptive method (to describe the neologisms at issue and define their similarities and differences); 3) structural analysis (to investigate the derivational potential of the neologisms naming new touristic phenomena; to study blending, compounding and affixation as productive word-formation techniques in forming touristic neologisms; 4) statistical method (to calculate the neologisms and classify them into word-formation groups).

As it has already been mentioned, a lot of modern people desire to spend their vacations in an unusual way. Traditional seaside or mountain holidays might seem boring and old-fashioned for certain individuals who choose to go on a trip to some unusual destination. For instance, some people may prefer to travel to the places where outer space natural phenomena can be seen clearly, for example, stars, eclipses, rocket launches etc., which is denoted by the neologism *astrotourism* (prefixation) [3].

Graffiti and art lovers might opt for a *wall crawl* (compounding) [3], the type of travelling which involves visiting different walls in a town or city to enjoy the murals or other forms of street art on them.

Fans of planes choose *air cruises* (compounding) [3], i.e. air journeys during which passengers can enjoy panoramic air views or engage in fun activities during the flight.

While air cruises cost a fortune, some passengers may be lucky to get a ridiculously cheap plane ticket as a result of a mistake on an airline's website, the price being called *mistake fare* (compounding) [3].

The ecological aspect of travelling has become the apple of discord in the world recently, thus sometimes holidaymakers who choose travelling by air may face *flight shaming* (compounding) [3], i.e. come under harsh criticism for using planes to reach their destination as the latter cause substantial damage to the environment.

Modern technologies can also be used to help travelers choose a location for their trips. For instance, *randonauts* (blending *random* + *astronauts*) [3] make computer bots generate a random location for their trips hoping to have an extraordinary holiday, the activity itself being called *randonauting* (suffixation) [3].

The holidaymakers who engage in *heritage travel* (compounding) [3] or go on a *DNA trip* (compounding) [3] visit the places where their ancestors used to live to find out more about them.

Adepts of Islamic Sharia laws can choose *halal holidays* (compounding) [12] during which they may have their pork-free meals in alcohol-free dining areas, stay in hotels with prayer rooms or hotels located not far away from mosques, attend single sex facilities, receive guidance in their hotel rooms on the direction of Mecca.

Sometimes people engage in *tattoo tourism* (compounding) [12], i.e. travel in search of the most talented tattoo artists to decorate their bodies.

The lexeme 'vacation' has become a part of several more neological blends. Firstly, there is a certain category of modern businesspeople who can't afford to have a proper rest; therefore, they continue to work even on holiday. Sometimes such workaholics book a hotel or other accommodation and work from there, which is called a *workation* (blending *work* + *vacation*) [12] or a *fake-ation* (blending *fake* + *vacation*) [12].

A new type of a short holiday called *daycation* (blending *day* + *vacation*) [3] has come into existence. A daycation denotes a trip to a resort or a hotel where people spend the whole day after which they return home in the evening.

Some people may achieve relaxation spending a holiday without having to wear clothes most of the time, thus a neologism *nakation* (blending *naked* + *vacation*) [3] has been born.

There also exist *mancations* (blending *naked* + *vacation*) [12] which are male-only holidays, *haycations* (blending *hay* + *vacations*) [12] which denote holidays spent on a farm, a *staycation* (blending *stay* + *vacation*) [12] is a holiday which is spent at home or the one which does not presuppose travelling abroad, *playcation* (blending *play* + *vacation*) [12] denotes a holiday during which people want to enjoy themselves.

A *greycation/graycation* (blending *grey/gray* + *vacation*) [4] is a family holiday which three or more generations of one family spend together. On the one hand, parents of small children may relax and have a night off while grandparents spend time with their grandchildren, on the other hand, it is sometimes a chance to share costs and thus save money.

There are some holiday destinations or cities though which don't receive enough tourists, thus the local hospitality industry is suffering losses, the phenomenon being called *undertourism* (prefixation) [3]. By contrast, some holiday destinations welcome too many tourists, which cause frustration and numerous inconveniences for the local population despite the financial benefits, the phenomenon being called *overtourism* (prefixation) [3].

For some individuals travelling with a purpose of supporting the local sphere of tourism is a matter of choice, which is denoted by the neologism *philantourism* (blending *philanthropy* + *tourism*) [3]. On the other hand, sometimes people travel to other countries with the intention of breaking into people's homes to steal their belongings which is called *burglary tourism* (compounding) [3].

There is also a new category of Western travelers called *begpackers* (blending *beg* + *backpackers*) [4], who can't fund their continuing journeys and beg for money from local citizens in much poorer countries, the phenomenon itself being called *begpacking* (blending *beg* + *backpacking*) [4].

A special type of a family holiday trip when a mother is on her maternity leave from work is denoted by a neologism *maternity-moon* (blending *maternity* + *honeymoon*) [3]. One more new type of holiday taken by a large group of people, in most cases by a family, with the intention to celebrate one of the member's significant birthdays is called *landmarkation* (suffixation) [3].

On the other hand, some people travel to other countries not to go sightseeing or relax, they might want to take advantage of the divorce laws of a different country which is denoted by the neologism *divorce tourism* (compounding) [3].

Some individuals may go to a different country to sue, which is called *libel tourism* (compounding) [12]. Another phenomenon that is on the increase is *medical tourism* (compounding) [12], which refers to people travelling abroad to undergo cheaper medical treatment or the one which is unavailable or forbidden in their home countries. The examples of medical tourism are, amongst many, *fertility tourism* (compounding) [12] and *stem-cell tourism* (compounding) [12].

Extreme lovers may choose *disaster tourism* (compounding) [12], i.e. visiting places where natural hazards and disasters take place. Rucinska and Lechowicz state that it is tension and emotions that are a natural state of a human psyche that drive those in search of such perilous adventures [10, p. 17]. For example, when the Icelandic volcano Eyjafjallosjokull erupted in 2010 many air passengers were unwillingly forced to 'enjoy' a *volcation* (blending *volcano* + *vacation*) [12] being stranded in airports because of the hazard.

On the contrary, some individuals may choose *glamping* (blending *glamorous* + *camping*) [12] which represents a new type of glamorous holidaymaking which can take a multitude of forms. On the one hand, travelers may stay in luxuriously-equipped tents, yurts, tepees, or vans on *glampsites* (blending *glamorous* + *campsites*) [12]. On the other hand, some people can opt for *flashpacking* (blending *flashy* + *backpacking*) [7], i.e. travelling the world with a backpack in which electronic gadgets – laptops, tablets and smartphones – are a must as *flashpackers* (blending *flashy* + *backpackers*) [7] will be posting photos and videos about their experiences in their social networks and blogs.

Talking about trailblazing types of hotels where modern people like to stay, one should mention a *poshtel* (blending *posh* + *hotel*) [3] which offers its visitors extremely luxurious accommodation, and a *bubble hotel* (compounding) [3] which has spherical rooms made of transparent plastic or glass.

The world pandemic of Covid-19 has led to considerable changes in people's lifestyles, one of the latter being decreased people's travelling experiences worldwide. For numerous worldwide citizens *homecations* (blending *home* + *vacation*) [3], i.e. vacations spent entirely at home, have become the only available option due to the limitations imposed by the world pandemic.

Coronavirus has become a source of two other neologisms denoting new ways of travelling: *air bridge* and *corona corridor* (both compounding) [3]. *Air bridge* denotes the route between two countries where Covid-19 is under control, thus the citizens of both countries do not go into quarantine upon arrival. *Corona corridor* in its turn is the neologism with a similar meaning, however, there is no limitation as to the number of countries passengers can travel through to arrive at a certain destination during the Covid-19 pandemic, moreover, the means of transport can be different.

A "*travel bubble*" (compounding) [9] is the neologism denoting the territories of New Zealand and Australia in which the citizens of both countries can travel during the world pandemic to stimulate the hospitality industries of the two countries.

Moreover, those British citizens who have been inoculated against Covid-19 could have a stamp in their passports called a *vaccine stamp* [6] which would prove the fact of inoculation. The stamps will be used to accelerate the travelers' checking-in procedures at the airport once the travel industry resumes its operations in the middle of 2021 as the pandemic diminishes. The Department of Transport of the UK believes the stamps will help regenerate the aviation industry by providing travelers with some sort of certainty with regard to coronavirus [4].

Conclusions. The sphere of tourism has become a cradle of numerous neologisms denoting new types of holidays and holidaymakers, modern kinds of hotels and the adjacent phenomena. Changes in people's preferences and lifestyles, the lack of work-life balance for some individuals, social media platforms, ecological initiatives as well as Covid-19 have all stimulated the appearance of a number of neological coinages in tourism. The study showed that the most productive formation methods of the neologisms coined in the aforementioned sphere are blending (47%), compounding (43%), and affixation (10%).

Our future researches will be devoted to other productive spheres in which English neologisms are coined, in particular social networking, new types of food, economic developments, cultural phenomena etc. Conversion, clipping, and acronym will also be studied as word-forming patterns of modern neologisms.

References:

1. Зацний Ю. Способи та механізми створення лексико-фразеологічних інновацій англійської мови (2009–2019 рр.). *Нова філологія*. 2020. Вип. 79. С. 20–26.
2. Шутова М. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2010. Вип. 21. С. 79–85.
3. About Words – Cambridge Dictionaries Online Blog (n. d.). URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org>.
4. Buzzword Archive – Macmillan Dictionary (n. d.). URL: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/legsie.html>.
5. Fischer R. Lexical change in present-day English: a corpus-based study of the motivation, institutionalization, and productivity of creative neologisms. Tubingen, Germany : Gunter Narr Verlag Tubingen, 1998.
6. Hope C. Britons to get 'vaccine stamps' in their passports before overseas travel. 2020. URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2020/11/28/britons-get-vaccine-stamps-passports-overseas-travel>.
7. Kurosawa S. The last word on neologisms in travel and tourism. 2015. URL: <https://www.theaustralian.com.au/travel/the-last-word-on-neologisms-in-travel-and-tourism/news-story/b2dcbdad59f8585f21d3899395df1b22>.
8. Lehrer A. Neologisms. *Encyclopedia of language and linguistics* / K. Brown (ed.). 2nd ed. P. 590–593. Oxford, England : Elsevier, 2006.
9. Olmstead M. New Zealand's "Bubble Concept" Is Slowly Letting People Socialize Again. Would It Work in America? 2020. URL: <https://slate.com/news-and-politics/2020/05/new-zealand-quarantine-bubble-concept-america.html>.
10. Rucinska D., Lechovicz M. Natural Hazard and Disaster Tourism. *Miscellanea Geographica*. 2014. № 18. P. 17–25.
11. Sandya L., Oliynyk I., Sviatiuk Yu. English green neologisms reflecting new trends in sustainable development. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii. – Volodymyr Vernadsky Scientific notes of Tavriia National University. Philology. Social communications*. 2020. № 31(70). P. 187–192.
12. Walter L. The holiday of a lifetime? New words for new types of travel. 2012. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2012/10/29/the-holiday-of-a-lifetime-new-words-for-new-types-of-travel>.

Сандига Л. О., Святюк Ю. В. Англійські неологізми у сфері туризму

Анотація. У статті розглянуто англійські неологізми, утворені у сфері туризму, та способи їх формування. Неологізми визначаються як нові лексеми та словосполучення або такі, що вже існували у мові та отримали нове значення, що позначають нові поняття та помірно використовуються більшістю мовців у певному соціумі. Незважаючи на чималу кількість досліджень у сфері неології, проблема аналізу неологізмів завжди є актуальною, особливо коли йдеться про комплексне дослідження окремої сфери функціонування неологічних одиниць.

З огляду на те, що сучасні люди подекуди мають менше часу на відпочинок, при цьому відпочивальники стають більш вибагливими та прагнуть незвичайних відпусток та перебування у нестандартних готелях та локаціях, з'явилась велика кількість нових нетрадиційних способів відпочинку. Таким чином, у фокусі дослідження перебувають неологізми у сфері туризму, що позначають нові різноманітні види незвичних подорожей (*astrotourism*, *wall crawl*, *daycation*, *nakation*, *heritage travel*, *DNA trip*), сімейних відпусток (*greycation*, *maternymoon*, *landmarkation*), відпочивальників (*randonaut*, *begpacker*), сучасні види готелів (*poshtel*, *bubble hotel*) та суміжні явища (*mistake fare*, *flight shaming*, *undertourism*, *overtourism*). Увага також приділя-

ється неологізмам, які називають нові види відпочинку, що з'явилися на тлі пандемії коронавірусу (*air bridge, corona corridor, travel bubble*).

Виокремлення неологізмів у сфері туризму для цієї неологічної розвідки відбувалось шляхом суцільної вибірки з електронних лексикографічних джерел та відомих інтернет-сайтів.

У розвідці також робиться акцент на дослідженні словотвірному потенціалі неологізмів, утворених у сфері туризму, зокрема вивчаються такі словотвірні механізми, як словоскладання, афіксація та телескопія. Аналіз маси-

ву неологізмів, утворених у сфері туризму, показує, що більшість досліджуваних одиниць (47%) була утворена за допомогою телескопії. Шляхом словоскладання було утворено 43% проаналізованих неологізмів. Встановлено, що найменш продуктивним способом формування неологізмів у сфері туризму є афіксація (10% неологізмів вибірки).

Наприкінці статті зроблено загальні висновки й представлено пропозиції щодо подальших неологічних досліджень.

Ключові слова: неологізм, телескопія, словоскладання, афіксація.

Светлічна А. А.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри філології

Одеського національного морського університету

ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ МИТНИХ ДОКУМЕНТІВ

Анотація. У статті досліджено роль модальних дієслів у текстах англomовних митних документів. Встановлено частотність вживання модальних дієслів. Проаналізовано приклади застосування таких мовних одиниць у тексті митного документа. Розглянуто специфічні особливості їх використання в комплексі митної документації. Продемонстровано шляхи формування специфічного підгрунтя, яке створює потрібний регламентуючий зміст документа. Виявлено, що модальність текстів англomовних митних документів переважно спрямована на коректний формат рекомендації до дії, пом'якшення прескриптивних висловлювань, що мають вигляд наказів. Розглянуто приклади застосування аргументативних вкраплень, що дає змогу уникнути прямих наказів і мінімізувати вживання у тексті відверто прескриптивних формулювань. Такі включення описують можливі та неможливі дії адресата, створюють рамки, описані законом, дають змогу спроектувати майбутню дію реципієнта. За рахунок таких сегментів відбувається оцінювання можливих дій особи, окреслюється межа дозволеної поведінки декларанта, що встановлена нормами митного права, утворюється формат непрямого спонування, який дає змогу адресантові маніпулювати діями адресата (декларанта), зменшуючи кількість директив щодо документа, та приводить до зменшення використання більш відвертих прескриптивних висловлювань. На основі аналізу встановлено, що характерним для тексту англomовного митного документа є використання футуральних форм. Діють вони для зменшення прямої тональності наказу шляхом опису будь-яких гіпотетичних ситуацій, окреслення прогнозованих ситуацій у разі певних дій реципієнта. Результатом застосування таких форм стає не лише уникання використання таких модальних дієслів, як *must/can*, але й зменшення використання модальних дієслів у форматі митного документа взагалі.

Ключові слова: модальне дієслово, імпульс спонування, категоричне висловлювання, відтінки значень, імперативна тональність.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві у зв'язку з розширенням міжнародних контактів зростає обсяг офіційної документації. Як наслідок, багато наукових робіт сьогодення спрямовані на дослідження функціонування окремих мовних одиниць англomовних документів. Англomовна офіційна документація відрізняється специфічним застосуванням модальних дієслів, що спричиняє актуальність дослідження.

Об'єктом дослідження є модальні дієслова в англomовному митному документі. Предмет дослідження – функціональні особливості вживання модальних дієслів в англomовній митній документації.

Метою статті є визначення частотності вживання модальних дієслів в комплексі англomовних митних документів та дослідження особливостей їх застосування.

Матеріалом дослідження слугували англomовні митні документи, а саме пасажирські декларації, вантажні декларації, АТА-карнети, сертифікати походження, фітосанітарні сертифікати, сертифікати якості, інвойси та проформа-інвойси.

Виклад основного матеріалу. Ретельний аналіз текстів комплексу англomовної митної документації показав, що вживання модальних засобів є нерівномірним. Оскільки «модальність виражає реальні/ірреальні відношення до дійсності, цільову настанову мовця (а в нашому випадку цільову настанову документа) або суб'єктивну кваліфікацію ним повідомлення» [4, с. 462], цілком логічним стає найбільш частотне використання модальних засобів саме в інформативно-регулятивних жанрах (Customs Declaration, Cargo Declaration, ATA Carnet). Це пояснюється насамперед призначенням таких документів, оскільки їх завдання полягає в регулюванні відносин між адресатами (державною установою та адресатом). Оскільки основною стратегією документа є забезпечення правового регулювання (*legal regulation*), то існує потреба в сигналах, що корелюють поведінку реципієнта. Саме це обумовлює системну дію модальних засобів у цих жанрах.

Модальні дієслова комплексу митної документації є найбільш частотними. Вони оформлюють модальність обов'язку (*must, have to*) та модальність можливості (*can, may*). За допомогою дії таких одиниць описуються необхідні, можливі та неможливі дії адресата, відбувається запобігання небажаним ситуаціям, стає можливим створення проєкції на майбутні дії реципієнта. Результат підрахунку співвідношення таких модальних дієслів у цьому комплексі має такий вигляд: *may* становить 46,7%, *can* – 36,1%, *must* – 17,1%, інші (*need, should*) – 0,1%. Найбільш продуктивними модальними дієсловами постають *may* та *can*, і пояснюється це, на наш погляд, бажанням зменшити наявність прямих директив, уникнути категоричних висловлювань у форматі тексту документа.

Завдання модальних засобів полягає в окресленні ймовірних подій, наведенні аргументів. Як наслідок, це дає реципієнту можливість прийняти рішення самостійно, на власний розсуд, після ознайомлення з фрагментами чинного митного законодавства: “The total value of computer equipment, added to the rest of the items above cannot exceed 4,000 US dollars or its equivalent in domestic or foreign currency; Introducing merchandise without the applicable declaration, permits, or duty payment may be subject to administrative or criminal penalties <...> When a Declaration is presented per family (father, mother and children, baggage and duty free exemptions may be combined”.

Специфіка використання модальних дієслів полягає у формуванні підгрунтя, яке «дає змогу водночас отримати потрібний регламентуючий формат документа й мінімізувати прояв у тексті відверто прескриптивних формулювань» [5, с. 109]. У проаналізованих випадках застосування дієслова *may* воно може створювати певну атмосферу обов'язку за допомогою лексичних засобів, які є в реченні. Як приклад вживання подібного значення *may* у документі розглянемо фрагмент тексту ATA Carnet: "This Carnet may be used in the following countries/customs territories under the guarantee of the associations listed on page 4 of the cover". Впродовж усього тексту документа такі вклучення, як "following" (з переліком країн-учасниць міжнародної системи АТА, на територію яких дозволяється тимчасове ввезення товарів) та чинних "the guarantee of the associations" (з посиланнями на положення Конвенції про тимчасове ввезення) діють як регулятивні фрагменти. Вислів отримує водночас і категоричну, і обмежувальну тональність. Відчувається рішуче ставлення адресанта до деяких питань митного процесу. Такий прийом дає змогу зменшити вживання в окремих сегментах тексту модального дієслова *must* і зберегти безапеляційний характер висловлювання.

Як установив аналіз, регулятивні висловлювання, де першим компонентом предиката є *must*, досить фрагментарні в пакеті митної документації. Вони використовуються лише в тих частинах, де потреба у прескриптивних зворотах вимушена та обов'язкова.

Розглянемо приклад використання *must* на початку документа "Customs Declaration for passengers of Mexico", де задається формат діалогу з адресатом: "Each passenger, or family head must provide the following information", "You must also complete the Declaration on bringing and taking money on cash". Спостерігається таке застосування у тих інформаційних частинах, де можливість зробити вибір адресатом не передбачається. Висловлювання мають директивний характер: "Each person 16 years old must sign the declaration".

Модальні дієслова в текстах англomовних митних декларацій діють комплексно та гнучко, «даючи змогу модифікувати спосіб презентації змісту» [1, с. 101], в деяких фрагментах тексту надаючи вибір адресату, а в деяких змушуючи діяти чітко в рамках закону. Модальність пов'язана з прагматикою тексту та фоновим знанням щодо пресупозицій законодавчого документа [3, с. 97]. Як наслідок, спостерігається цілком природне використання різних відтінків модального значення впродовж текстового континууму.

Характерними особливостями стають пом'якшення імперативної тональності, функціонування непрямих директив, що походять від адресата (митного органу) задля проведення експортно-імпоротної операції згідно з правилами, встановленими тією чи іншою державою. Прескриптивні висловлювання діють на фоні безапеляційних аргументів: "Under Canadian law"; "Mexican Law provides penalties for"; "False reporting may lead to punishment for the violation of the Customs law". Спостерігається також імпліцитний вплив, коли реципієнт розуміє легітимність кроків митної процедури завдяки попереднім висловам або фрагментам тексту: "If you tick "Yes" to any of this questions number 11 above, please notify on the reverse side of this form and please go to RED CHANNEL. If you tick "No" to all of the questions above, please go to Green Channel". Регулювання дій адресата у таких випадках відбувається без використання модальних дієслів.

Цікавим є можливість таких аргументованих вкраплень формувати відтінки значень, варіюючи тональність окремих частин тексту щодо більш наполегливих інтонацій. Як приклад розглянемо сегмент "Customs Declaration (Canada)": "Customs officers may seize any goods or items that you do not declare or that you falsely declare. You may also face to fines, arrest and/or prosecution". Наведений фрагмент демонструє використання модального дієслова *may* в тексті митного документа задля пом'якшення категоричності викладу інформації. Однак вживання попередніх виразів ("Your declaration must include the total value of goods", "All travelers must be identified on a Customs Declaration Card", "Each traveler is responsible for his/her own declaration") зберігає категоричний регулятивний фон і формує в адресата передчуття необхідності діяти в рамках закону.

Типовим для комплексу англomовної митної документації є опис меж дозволеної поведінки декларанта, що встановлена згідно з нормами митного права. У такий спосіб утворюється формат непрямого спонукання, який дає змогу зменшити кількість відвертих директив щодо документа. З цією ж метою діють категорії футуральності, які дають змогу означити сферу можливого, передбачуваного, описати дії, що ще не відбулися, але можуть відбутися. Наприклад, "Duty will be assessed at the current rate on the first \$1 000 above the exemption"; "Citizenship and Immigration of Canada advise you that all visitors admitted to Canada will be permitted to stay for a maximum of six month, unless otherwise notified in writing by an examining officer" – гіпотетична ситуація; "You must declare all goods-part of your exemption or not-that you are bringing into Canada. A custom officer may examine your goods. Note that goods that do not qualify for a personal exemption may be subject to duties, taxes, and/or fees" – прогнозованість ситуації з маркерами волевиявлення.

Водночас у таких фрагментах характерним є використання виразу "may be subject to", який у завуальованій формі акцентує увагу на наполегливій «рекомендації» чинити в рамках закону, що спрямовується на реципієнта: "Gifts over CAN\$60 each are subject to duty and tax". Подібні конструкції пом'якшують категоричність попередніх висловлювань, зберігаючи регулятивний каркас документа і «створюючи атмосферу довіри та взаємодії, тому, як наслідок, мають більше шансів бути прийнятими адресатом» [2, с. 175].

Слід також звернути увагу на вживання умовних речень у комплексі англomовної митної документації. Вони відіграють суттєву роль у координуванні дій адресата в митному процесі. Використання умовних речень стає типовим лише для англomовних митних декларацій, і пояснюється це, на наш погляд, специфічним характером таких документів, спрямованих на встановлення контакту з адресатом: "However, if you bring in or take out of the United States more than \$10,000 (U.S. or foreign equivalent, or a combination of both), you are required by law to file a report on FinCEN 105 (formerly Customs Form 4790) with U.S. Customs and Border Protection"; "If you have any comments regarding the burden estimate you can write to U.S. Customs and Border Protection Office of Regulations and Ruling". Одна частина умовних речень вживається задля того, щоби проінформувати та надати інструкції з митних питань: "If your answer to any of questions above is "Yes", please list your belongings in "Description of Personal Effects" on side B"; інша – задля заохочення співпрацювати з представниками митниці за необхід-

ності уточнення деталей під час заповнення тексту митного документа: "If you have a question about Customs Declaration by traveler and duty-free allowance, please ask the customs officer for detailed information".

Такий виклад інформації дає змогу адресанту сформулювати та зберегти регулятивний каркас впродовж усього тексту документа, уникаючи більш наполегливих звертань, де описана умова та наслідок сприймаються як беззаперечні факти, які ґрунтуються на нормах митного права:

Висновки. На основі проведеного аналізу встановлено таке:

– серед модальних дієслів пакета англійської митної документації найбільш частотними є ті, що оформлюють модальність обов'язку (*must, have to*) та модальність можливості (*can, may*);

– характерним для цього комплексу документів є заміна прямих прескриптивних висловлювань на аргументовані.

Результат дослідження дає змогу зробити висновок про те, що існує потреба в подальшому вивченні функціонування модальних дієслів у текстах комплексу англійської митної документації з більш глибоким аналізом значень, які ці мовні одиниці створюють у форматі документа.

Література:

1. Драпкина И.В. Прагматические аспекты письменного делового общения (на материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции) : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 ; Самарский государственный университет. Самара, 2001. 219 с.
2. Ильченко О.М. Етикетизация англо-американского научного дискурса : автореф. дис. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» ; КНУ. Київ, 2002. 37 с.
3. Комарова Р.Н. Язык закона, лингвистические характеристики. На материале текста Германского гражданского уложения : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 ; Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2000. 180 с.
4. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. 844 с.

5. Светлічна А.А. Англійськомовні митні документи: структурно-семантичний та когнітивно-прагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 ; ЗНУ. Запоріжжя, 2018. 304 с.

Svietlichna A. Features of expression of modality in the texts of English customs documents

Summary. The article examines the role of modal verbs in the texts of English-language customs documents. The frequency of use of modal verbs is established. Examples of application of such language units in the text of the customs document are analyzed. The specific features of their use in the customs complex are considered. The ways of forming the specific basis, which creates the necessary regulatory content of the document, are demonstrated. It was found that the modality of the texts of English-language customs documents is mainly aimed at the correct format of the recommendation to the action, the mitigation of prescriptive statements in the form of orders. Examples of the use of argumentative inclusions are considered, which avoids some direct orders and minimizes the use of overtly prescriptive formulations in the text. Such inclusions describe possible and impossible actions of the addressee, create the framework described by the law, and allow designing the future action of the recipient. As result of using such segments there is an assessment of possible actions of the person, the limit of the allowed behavior of the declarant which is established by norms of the customs law is outlined, the format of indirect motivation which allows the addressee to manipulate actions of the addressee is formed. It is allowed to reduce the use of some frank prescriptive statements. Based on the analysis, it was found that the use of futural forms is characteristic of the text of the English customs document. They act to reduce the direct tone of the order by describing any hypothetical situations, outlining the predicted situations in the case of certain actions of the recipient. The use of such forms results not only in avoiding the use of modal verbs such as *must/can*, but also in reducing the use of modal verbs in the customs document format in general.

Key words: modal verb, impulse of motivation, categorical statement, shades of meanings, imperative tonality.

*Селезньова Р. В.,**кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки
економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка**Сапун К. В.,**аспірант
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Анотація. Дослідження фахової туристичної лексики у журнальному контексті є не лише засобом комунікації, який уможливує спілкування, зокрема, на туристичну тематику, але й своєрідною основою для будь-яких досліджень. Використання туристичної лексики є посередником між туристичними неологізмами та живою повсякденною розмовною мовою. Переклад туристичної журнальної лексики з німецької мови на українську та навпаки вимагає насиченості фахової, ділової та публіцистичної німецької мови складними та складеними словами, численними зворотами. Під час здійснення перекладу на українську мову публіцистичних статей на туристичну тематику важливим є дотримання специфічної методології.

Як найважливіші методи перекладу журнальних статей на туристичну тематику з німецької мови на українську зазначено лексичні перекладацькі трансформації, граматичні перекладацькі трансформації, комплексні перекладацькі трансформації, а також мовну компресію.

Опрацювання перекладачем німецькомовних текстів є складним видом інтелектуальної діяльності людини та вимагає специфічних компетенцій, отже, існує певна методологія перекладу німецькомовних журнальних статей на туристичну тематику.

Комплексна перекладацька трансформація включає дві або більше з простих трансформацій (наприклад, лексико-семантична, лексико-граматична, синтаксично-морфологічна).

Однією з проблем перекладу іншомовних назв підприємств та організацій є той факт, що вони рідко зустрічаються у двомовних словниках. Зазначено, що власні назви великих та загальновідомих офіційних або виробничих організацій передаються так, як прийнято і склалось історично, або шляхом буквального перекладу, транслітерації тощо, а назви локальних та маловідомих установ та організацій частіше перекладаються експлікаційно.

Збільшення кількості фахових перекладачів, здатних здійснювати в ході німецько-українського перекладу публіцистичних статей на туристичну тематику таку роботу є передумовою зменшення мовного бар'єру та поглиблення міжнародного співробітництва.

Ключові слова: туристична лексика, українська мова, німецька мова, переклад, перекладацька трансформація.

Постановка проблеми. Мова є не лише засобом комунікації, який уможливує спілкування, зокрема, на туристичну тематику, але й своєрідною основою для будь-яких наукових та журналістських досліджень у галузі. Журнальний контекст

використання туристичної лексики відіграє важливу роль поширення передових туристичних знань серед широкого загалу, а також є посередником проникнення туристичних неологізмів із числа наукових термінів у живу повсякденну розмовну мову. Переклад туристичної журнальної лексики з німецької мови на українську та навпаки вимагає глибоких знань перекладача у галузі природознавчих наук, багатого словникового запасу та мовленнєвої практики.

Метою статті є розгляд фахової туристичної лексики в журнальному контексті.

Виклад основного матеріалу. Туристичну лексику німецької мови можна систематизувати за багатьма ознаками. Вона буває похідною та непохідною, простою, складною та складеною, а також може мати певне стилістичне забарвлення, включає активну та пасивну лексику, стандартні зафіксовані словниками слова та авторські неологізми й авторські складні слова тощо. Різноманіття туристичної лексики німецької мови свідчить про її значеннєву та семантичну неоднорідність, що дає змогу розглядати її як лексико-семантичне поле. Екологія з точки зору мовознавства та лексикології може розглядатися як «зонтичний термін», який включає кілька сфер знань, а також як лексико-семантичне поле, що відповідає декільком тематичним масивам тематичної лексики, серед яких за ступенем тісноти зв'язку можна виділити центральні та периферійні поняття (різного ступеня наближеності), і складається головним чином з термінологічної лексики. З позиції принципу лінгвістичної відносності структура мови перебуває у певному взаємозв'язку з поглядами, світовідчуттям її носіїв та їхніми когнітивними процесами [1].

Сучасна туристична лексика – це не лише відомості про довілля, на базі яких утворене розгалужене лексико-семантичне поле, але й дискурс, утворений у рамках низки природничих наук, у спілкуванні в умовах управлінських інституцій, письмових документах, гаслах природоохоронних громадсько-політичних рухів, журналістиці, уявленнях громадськості тощо. Підґрунтя цього дискурсу не випадково широке та розмаїте, адже туристична тематика давно не обмежується лише науковими трактатами, а пронизує усі галузі громадського та соціально-політичного життя різних верств населення, ставши цікавим та важливим об'єктом дослідження лінгвістики. Туристичний дискурс є водночас цікавим і проблематичним, поліфонія дотичних до екології та теми охорони довкілля мовленнєвих ситуацій робить

комунікацію з цих тем водночас хоча й складною, проте змістовною та цікавою [2].

Специфіка журнальних статей на туристичну тематику полягає, зокрема, у притаманності їм таких характерних рис:

- низка лексико-семантичних особливостей;
- поєднання використання сухої схоластичної мови, багатой на наукову лексику, та розлогих пояснень, авторських суджень, концепцій та висновків;
- наявність ілюстрацій з написами, зокрема діаграм, таблиць та схем, які можуть потребувати перекладу та (або) пояснення мовою потенційного читача перекладної статті;
- наявність інформації про явища або процеси, дослівний переклад назв яких може бути недостатньо інформативним для потенційного читача, що часом змушує доповнювати текст примітками перекладача, а іноді навіть передмовою;
- насиченість фахової, ділової та публіцистичної німецької мови складними та складеними словами, численними зворотами, невластивими слов'янським мовам, які потребують ретельного пошуку фраз-відповідників в українській мові.

Під час здійснення перекладу на українську мову німецькомовних публіцистичних статей на туристичну тематику важливими є дотримання специфічної методології; врахування особливостей конкретно цього виду літератури за структурою, форматом, забарвленням, лексичним складом тощо; наявність у перекладача достатньої кваліфікації, володіння компетенціями перекладу фахової туристичної лексики, здійснення перекладацьких трансформацій, вміння користуватися перекладними та одномовними тлумачними словниками та іншою довідковою літературою, а також спеціалізованими програмними засобами.

Низка вимог існує до системи компетенцій німецько-українського перекладача публіцистичних статей на туристичну тематику, до яких належать професійні, загальнолюдські, особисті якості тощо. Так, опрацювання перекладачем німецькомовних текстів, багатих на різноманітну та специфічну туристичну лексику, з подальшим їх перекладом на рідну мову є складним видом інтелектуальної діяльності людини та вимагає специфічних компетенцій, отже, існує певна методологія перекладу німецькомовних журнальних статей на туристичну тематику. Збільшення кількості фахових перекладачів, здатних здійснювати в ході німецько-українського перекладу публіцистичних статей на туристичну тематику таку роботу є передумовою зменшення умовного бар'єру та поглиблення міжнародного співробітництва у природоохоронній сфері задля збереження на планеті гідних туристичних умов існування людей та усієї живої природи. Також варто зазначити, що розвиток німецько-українського перекладу публіцистичних статей на туристичну тематику є суттєвим кроком до поглиблення паневропейської міжкультурної наукової співпраці, покращення інвестиційної привабливості України та вдосконалення захисту її довкілля задля забезпечення сприятливих умов існування людства на планеті.

Роль довідкової літератури, зокрема тлумачних, перекладних, синонімічних, фахових, антонімічних словників, довідників, тематичних розмовників, мережі Інтернет, а також новітніх автоматизованих комп'ютерних програмних засобів, у німецько-українському перекладі журнальних статей є неоціненою та має тенденцію до подальшого зростання, органічно доповнюючи та полегшуючи роботу живої людини-перекладача, її

знання, вміння та досвід. Однак здатність проводити більшість німецько-українських перекладацьких трансформацій залишається прерогативою живого перекладача.

Водночас попри те, що робота живої людини над німецько-українським перекладом публіцистичних статей на туристичну тематику сьогодні поки що є незамінною, довідкова та фахова література, а також спеціалізовані комп'ютерні програми автоматичного перекладу значно полегшують перекладацьку роботу над публіцистичними текстами та покращують її кінцевий результат [1].

Переклад журнальних статей на туристичну тематику з німецької мови на українську з методологічної точки зору є складним та копітким творчим процесом, який вимагає комплексного підходу та високої кваліфікації перекладача. До найважливіших методів перекладу журнальних статей на туристичну тематику з німецької мови на українську належать лексичні перекладацькі трансформації, граматичні перекладацькі трансформації, комплексні перекладацькі трансформації, а також мовна компресія. Застосування цих методів вимагає копіткої та сумлінної роботи перекладача, комплексного й творчого підходу, високої кваліфікації, багатого мовленнєвого та професійного досвіду, а також знання основних положень туристичної науки для глибшого розуміння сутності тексту, що перекладається.

Лексичні перекладацькі трансформації застосовуються тоді, коли у початковому тексті зустрічається нестандартна, складна для перекладу мовна одиниця, яку доцільно вилучити, замінити або пояснити, або тоді, коли такого поняття в українській мові немає чи воно може бути незрозумілим майбутнім читачам. Цей вид трансформацій відіграє значну роль в методології перекладу журнальних статей на туристичну тематику, оскільки, зберігаючи порівняну незалежність від контексту, вони здатні надати українськомовному перекладу статті тих особливостей, які вбачає доцільними перекладач [3].

Серед лексичних перекладацьких трансформацій виділяють такі методи, як транскрипція та транслітерація, калькування; лексико-семантичні заміни; конкретизація, генералізація, диференціація значень; модуляція та розвиток сенсу, вилучення, додавання слів (з лексичних причин), а також компенсація втрат в ході перекладу; антонімічний переклад. Зазвичай лексичні перекладацькі трансформації у публіцистичних та наукових журнальних текстах не існують окремо, а поєднуються одна з одною: прийоми розвитку сенсу й цілісного перетворення часто вимагають доповнення або вилучення слів оригіналу, диференціація значення слова супроводжується його конкретизацією тощо. До лексико-граматичних та граматичних трансформацій належать синтаксичне уподібнення (дослівний переклад); членування (внутрішнє та зовнішнє); інтеграція; транспозиція; заміна форми числа іменників та узгоджених з ними частин мови, форми та часу дієслова, способу дієслова, частин мови; додавання; вилучення; антонімічний переклад; експлікація, або описовий переклад.

Окрім цього, виділяють семантичні, синтаксичні, морфологічні та інші види перекладацьких трансформацій. Застосування конкретних видів трансформацій залежить, зокрема, від тематики тексту, його структури, стилю перекладу конкретного перекладача, а також специфіки окремого речення та його елементів. Комплексна перекладацька трансформація включає

дві або більше з названих простих трансформацій (наприклад, лексико-семантична, лексико-граматична, синтаксично-морфологічна) [4].

Однією з проблем перекладу іншомовних назв підприємств та організацій є той факт, що вони рідко зустрічаються у двомовних словниках. У цьому випадку почерпнути інформацію можливо з тематично споріднених публікацій. Проте навіть такі джерела не завжди дають однозначну відповідь, особливо це стосується української мови.

Так, важливу роль у виборі способу перекладу назви відомства, організації чи партії відіграє структура відповідної назви. Багатокomпонентні назви, як правило, калькують, причому з огляду на синтаксичні та семантичні особливості в німецькій мові вони досить часто виступають у формі складних слів, а в українській – у формі словосполучень. З огляду на відсутність єдиних правил та значну кількість винятків під час перекладу кожної організації доводиться застосовувати індивідуальний підхід.

Слабким місцем є те, що, коли у Німеччині дають назви суто внутрішнім управлінським органам, незважаючи на формальний всеохоплюючий процес євроінтеграції та глобалізації, не зазначають приналежність їх саме до Німеччини, а під час перекладу це часом буває досить важливо, що змушує додавати цю інформацію. Загальновідомим є той факт, що власні назви великих та загальновідомих офіційних або виробничих організацій передаються так, як прийнято і склалося історично, або шляхом буквального перекладу, транслітерації тощо, а назви локальних та маловідомих установ та організацій частіше перекладаються експлікаційно [5].

На практиці під час перекладу фраз, речень та текстів найчастіше застосовуються комплексні перекладацькі трансформації, які поєднують одразу кілька видів трансформацій, забезпечуючи якісний та докладний переклад. Їхнє використання зумовлене передусім специфікою німецької мови, зокрема порядком слів та складними конструкціями і лексичними одиницями.

Висновки. Отже, письмовий переклад фахового німецькомовного тексту на українську мову є складним, довготривалим процесом, який під силу не кожному, хто знайомий з німецькою мовою, а лише фахівцям, які володіють низкою специфічних перекладацьких компетенцій, а також вимагає низки філологічних та методологічних компетенцій, використання допоміжних та довідкових матеріалів, проведення різних видів перекладацьких трансформацій, але водночас є не лише цікавим та перспективним, але й суспільно значущим видом професійної діяльності, адже переклад статей на туристичну тематику забезпечує міжнародну та міжкультурну комунікацію, полегшує поширення туристичних знань та є значним внеском у розвиток науки та охорони довкілля.

Використання різних типів перекладацьких трансформацій туристичної лексики німецької мови під час здійснення перекладу на українську мову публіцистичних статей на туристичну тематику ґрунтується на досвіді, знаннях, компетенціях перекладача та його інтуїції і виборі, що не лише вносить

людський фактор у процес перекладу, але й зазвичай допомагає зробити перекладений текст доступнішим, а часом навіть досконалішим за оригінальний.

Література:

1. Сапун К.В., Селезньова Р.В. Огляд публіцистичної екологічної лексики німецької мови у перекладацькому аспекті. *Вчені записки ТНУ імені Вернадського*. 2018.
2. Селезньова Р.В., Сапун К.В. Лексика міжнародного туристичного бізнесу як дискурс. *Мова і культура* : тези Міжнародної наукової конференції імені Сергія Бурого. 2020.
3. Cantrill J.G., Oravec Ch.L. *The Symbolic Earth: Discourse and Our Creation of the Environment*. Oravec : University Press of Kentucky, 2011. 296 p.
4. Climate Protection Act of 2013. URL: <https://www.govtrack.us/congress/bills/113/s332> (дата звернення: 19.09.2018).
5. Heidrich F. *Kommunikationsoptimierung im Fachübersetzungsprozess*. Berlin : Frank & Timme, 2016. 117 s.
6. *Ökologie & Landbau (Zeitschrift)*. URL: <http://www.oekologie-landbau.de> (дата звернення: 15.09.2018).

Seleznova R., Sapun K. Research of journal tourist vocabulary

Summary. The study of professional tourist vocabulary in the journal context is not only a means of communication that allows interconnection, including on tourism, but also a kind of basis for any research. The use of tourist vocabulary is an intermediary between tourist neologisms and living everyday spoken language. The translation of tourist magazine vocabulary from German into Ukrainian and vice versa requires the saturation of professional, business and journalistic German with complex and compound words, numerous phrases. When translating journalistic articles on tourism into Ukrainian, it is important to follow a specific methodology.

Lexical translation transformations, grammatical translation transformations, complex translation transformations, as well as language compression are mentioned as the most important methods of translation of journal articles on tourism topics from German into Ukrainian.

Elaboration of German-language texts by a translator is a complex type of intellectual activity and requires specific competencies, so there is a certain methodology for translating German-language journal articles on tourism.

Complex translation transformation includes two or more of the simple transformations, for example, lexical-semantic, lexical-grammatical, and syntactic-morphological.

One of the problems of translating foreign names of enterprises and organizations is the fact that they are rare in bilingual dictionaries. It is noted that the proper names of large and well-known official or industrial organizations are transmitted as accepted and developed historically, or by literal translation, transliteration, etc., and the names of local and little-known institutions and organizations are often translated explicitly.

Increasing the number of professional translators who can to carry out such work in the German-Ukrainian translation of journalistic articles on tourism is a prerequisite for reducing the language barrier and deepening international cooperation.

Key words: tourist vocabulary, Ukrainian language, German language, translation, translation transformation.

Семеряко О. В.,

викладач кафедри корейської філології

Київського національного лінгвістичного університету

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ЧОРНИЙ КОЛІР» У ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті описано засоби вербалізації концепту «чорний колір» (검다) і як універсальної, і як національно-специфічної структури в корейській мові на прикладі прислів'їв. Проаналізовано різноманітні погляди на природу концепту, внаслідок чого ми дійшли висновку, що концепт – це не особливий тип абстрактних імен, а особливий ракурс їхнього розгляду, накопичений народом. Концепт «чорний колір» у корейській мові спирається на лінгвокультурологічне поле ієрархічної системи одиниць, що мають спільне значення і відбивають систему відповідних понять культури. Метою статті є дослідження засобів вербалізації концепту «чорний колір» у фразеологізмах корейської мови. У роботі використано метод концептуального аналізу, який дав змогу простежити шлях пізнання сенсу концепту «чорний колір» (검다) і записати результат формалізованою семантичною мовою. Цей метод складався з таких етапів: етимологічний аналіз, який установлює значення лексем, що об'єктивують концепт; аналіз словникових дефініцій ключових слів, що встановило семантику концепту; побудова польової моделі концепту, що складається з ядра, ближньої і дальньої периферії. Історико-етимологічний аналіз з використанням етимологічних словників корейської мови дав змогу простежити історичний процес розвитку концепту «чорний колір» (검다) у корейській мові. Аналіз словникових дефініцій допоміг зрозуміти семантику мовних засобів лексико-семантичного поля концепту «чорний колір» (검다). В результаті етимологічного, лексико-семантичного аналізу виявлено основні понятійні ознаки концепту. Представлено структуру концепту «чорний колір» (검다), що відображає його бачення носіями корейської мовної культури. Описано польову модель концепту «чорний колір» (검다) у корейській мові, побудова якої здійснювалась на основі аналізу словникових тлумачень імен концептів, добірки прикладів контекстуальних вживань. Зроблено висновок, що концепт «чорний колір» (검다) є багатовимірним, семантично об'ємним концептом. Семантичне поле концепту «чорний колір» (검다) становить ієрархічну структуру, яка на первинному рівні зводиться до єдиного ядра, що репрезентується лексемою 검다. З ядерною лексемою взаємодіють усі інші представники концепту, що описують різні ситуації пізнання. Іменник 검다, що є ядерною лексемою концепту «чорний колір», розвивався в рамках етимологічного значення «чорний, темний, похмурий, ніч, морок». Осмислення концепту «чорний колір» (검다) у корейській мовній традиції мало мотивуючу ознаку «темрява».

Ключові слова: національно-культурна специфіка, семантика кольору, семантичне поле, структура концепту, чорний колір.

Постановка проблеми. Феномен кольору є важливим для людини, адже навколишній світ ми сприймаємо кольоровим, тому впродовж багатьох століть не припиняються спроби осяг-

нути фізичну й фізіологічну природу кольору, зрозуміти його вплив на людську свідомість, вивчити колірну естетику.

Давність виникнення колірної лексики, наявність розвиненої системи кольороназв у більшості мовних систем, складність їх семантичної структури є доказом важливої ролі кольору в когнітивній діяльності людини. Колірна лексика вже тривалий час становить інтерес для лінгвістів, адже національне мислення, зумовлене екстралінгвістичними факторами (історико-культурні та природно-кліматичні особливості життя етносу), вербалізує досвід концептуалізації колірного простору в національно-специфічні лексичні форми, що утворюють національну лінгво-колірну картину світу. Особливості сприйняття світу через призму кольору представниками різних етнокультурних спільнот дають змогу говорити про існування етнічних, або національних, колірних і лінгво-колірних картин світу. Колірна лексика не охоплює весь спектр, лексикалізації піддаються лише комунікативно значущі ділянки колірного простору. У зв'язку з цим дослідники говорять про лексичну щільність певного колірного фрагмента в різних мовах [1, с. 15].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Колір є предметом вивчення багатьох фундаментальних наук і складовою частиною багатьох мистецтв, тому кольороназви в корейській мові намагались дослідити чимало вчених. Так, наприклад, символіку кольорів Кореї вивчали Л. Абрамов, О. Глухарьова, Г. Кім, А. Ланьков, Лі Ходжік, І Джеман. Такі вчені, як Р. Алімпієва, Н. Бахіліна, Л. Грановська, А. Брагіна, присвятили фундаментальні праці опису лексико-семантичних груп кольороназв. У психолінгвістичному аспекті їх досліджувала Р. Фрумкіна, тоді як В. Клоков, І. Ковальська, І. Голубовська та С. Кулінська вивчали національно-культурний компонент кольоропозначень. Щодо семантико-стилістичного функціонування назв кольорів у поетичних і художніх творах різних авторів можна виділити праці І. Бабій, О. Кондрашової, М. Тростникової, І. Камалової, Л. Єгорової.

Метою статті є дослідження засобів вербалізації концепту «чорний колір» у фразеологізмах корейської мови.

Відповідно до визначеної мети у статті послідовно вирішуються такі дослідницькі завдання:

- 1) визначити і систематизувати корейські ідіоми з компонентом «чорний колір»;
- 2) визначити засоби вербалізації концепту «чорний колір» у фразеологізмах корейської мови;
- 3) дослідити семантику чорного кольору у складі фразеологічних одиниць.

Методологічна основа роботи визначається характером самого об'єкта дослідження: лексичний аналіз фразеологічних одиниць з компонентом-колонімом супроводжується лінгвокультурологічними коментарями в галузі матеріальної куль-

тури. У роботі використано метод концептуального аналізу, що полягає у виявленні ознак, які формують структуру концепту, їх класифікації, інтеграції та інтерпретації; метод компонентного аналізу, за допомогою якого здійснюється виявлення семантичних компонентів (сем) мовної одиниці; кількісний прийом статистичного методу.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на численні дослідження в різних наукових галузях, колір досі не має загальної концепції в межах якої-небудь однієї науки або цілого напрямку, він поєднує можливості логічного й чуттєво-образного способів пізнання світу. Психологи пов'язують колір з емоціями людини: кожна емоція має власне місце в колірному просторі, тобто відповідає певному кольору, а кожен колір викликає ті чи інші емоції. Як зазначає С. Упорова, в лінгвістиці системний підхід до колірної лексики поки не вироблений, тому важливо виділити таке:

1) слово на позначення кольору є емоційно забарвленим, воно не просто позначає колір, але й прагне висловити наше ставлення до нього;

2) колір може бути виражений експліцитно (шляхом прямого називання кольору або ознаки за кольором) та імпліцитно (шляхом називання предмета, колірна ознака якого закріплена в побуті або культурі на рівні традиції) [2, с. 52].

Колір є одним з незмінних принципів культури, який може служити «своєрідною моделлю розвитку, що відображає шляхи формування, освоєння, закріплення в культурній пам'яті не лише загальних, але й національно забарвлених культурно-значущих концептів» [3, с. 109]. Багато явищ культури не можуть бути зрозумілі без урахування значення кольору.

Колір виступає однією з основних категорій культури, «фіксує унікальну інформацію про колорит навколишньої природи, своєрідність історичного шляху народу, взаємодію різних етнічних традицій, особливості художнього бачення світу» [4, с. 109]. Оскільки колір є компонентом культури, йому притаманна система асоціацій, смислових значень і тлумачень, він стає втіленням різноманітних морально-естетичних цінностей. Мовна система сприйняття кольору відрізняється від уявлення про нього в рамках інших наук через свою «антропоцентричність: на те, як ми описуємо колір об'єктів, впливають як фізичні і психологічні закони сприйняття, так і знання про світ, про функціональне використання спостережуваних об'єктів» [4, с. 111].

У кожного народу з найдавніших часів колір був одним із засобів осмислення світу, згодом сфера використання кольорів у символічному значенні розширилась, адже їх стали вживати для характеристики простору і часу, позначати за допомогою кольору певні соціальні групи.

У статті ми розглянемо розуміння чорного кольору в корейській лінгвокультурі.

У корейській мові лексема 검다 («чорний») є похідною від іменника 곰 («ведмідь»), оскільки в державі Чосон були лише чорні ведмеді, отже, люди не знали про існування білих, тому чорний колір асоціювався з кольором шерсті ведмеда («곰의 색갈»). Згідно з іншою теорією, чорний асоціювався з кольором попелу, який вилітав з труб будинків, а тому також із кольором бруду та землі [5, с. 39].

У корейській культурі кольори ґрунтуються на протистоянні таких двох начал: 음 («Інь») і 양 («Ян»), тому опозиція чорного і білого кольорів має сакральний сенс, який найбільш наочно

проявляється саме в цій концепції. Контраст чорного і білого уособлює не просто жіноче і чоловіче начала, але й невинну зміну життя і смерті, світла і темряви, явного і прихованого, завдяки чому можливе існування світу [6].

У Корей виділяють 5 таких основних кольорів: 黃 (황) – жовтий, 靑 (청) – синій, 白 (백) – білий, 赤 (적) – червоний, 黑 (흑) – чорний. У єдності п'яти стихій чорний колір відповідає воді: як потоки води зливаються в одне ціле, вбираючи все, що несуть інші течії, так і чорний здатний прийняти чужі ідеї, «течії», тобто чорний колір уособлює мудрість народу, глибину його пізнання [6].

Корейська культура – це культура кольору, яка різко контрастує з європейською колірною традицією, в ній колір не лише має певне емоційне навантаження, але й наділений конкретним змістом, функціональною значущістю. У Давній Корей представник певної соціальної групи був зобов'язаний носити одяг своєї спільноти, за кольором і формою якої судили про рід його занять, походження та статус, а за матеріалом – про добробут [7].

Своєрідність кольороназв найчіткіше простежується у фразеологічній картині світу завдяки здатності колірних лексем яскраво та образно відображати характерні риси світосприйняття народу, вплив культурологічних, міфо-символічних, соціально-історичних та інших чинників на утворення похідних смислів. Фразеологічна концептуалізація світу, дійсності – це пізнавально-оцінний процес вербалізації важливих соціокультурних смислів за допомогою фонду стійких одиниць мови, а саме фразеологізмів. Аналіз значення фразеологізму дає змогу встановити певні ознаки відповідного концепту [8, с. 14–20].

Концепт – це універсальний феномен, він не виникає зі значень слів, а є результатом зіткнення засвоєного значення з життєвим особистим досвідом мовця, його використання допомагає встановити особливості національної картини світу. У надрах людської свідомості зароджується і формується концептуальний погляд на світ, але необхідно звернути увагу на зародження цього погляду в колективній свідомості, визначити його роль та місце згідно зі світоглядними національними позиціями, менталітетом [9, с. 3–9].

Концепти є основними одиницями розумової сфери, в яких відбивається інформація про елементи досвіду, пережитого щодо елементів зовнішнього, фізичного світу. У концепті як одиниці знання про світ та елементі пам'яті фіксується великий ряд предметів з подібними властивостями, ним охоплюється клас реалій. Таким чином, концепт можна охарактеризувати за обсягом класу реалій, які він відображає [8, с. 14–20].

На підставі аналізу фразеологічних одиниць, відібраних методом суцільної вибірки з тлумачних і фразеологічних словників корейської мови [10, с. 18–109; 11; 12, с. 24–98; 13, с. 23–87; 14, с. 29–112; 15, с. 27–127; 16], ми виділили такі ознаки досліджуваного концепту.

1) Чорний колір – це колір працьовитості і завзятості.

Працьовитість і завзятість здавна вважалися головними якостями корейського народу.

감장 강아지로 돼지 만 느다. – 3 чорного цуценяти робити поросля (у значенні: з поганого матеріалу роблять хороший) [11].

사건의 흑막을 발가 놓다. – Розкрити причину подій [16].

검은 구름 에 백로 지나 가기. – Біла чапля пролітає крізь чорні хмари (в значенні: комар носа не підточить, тобто не залишити й сліду) [11].

Виходячи з аналізу фразеологізмів, можемо зробити висновок, що чорний колір асоціюється у корейського народу зі старанною працею та наполегливістю.

2) Чорний колір – це символ нерозумності.

Дурість завжди висміювали на Сході, вважалося, що дурна людина ніколи не досягає своєї мети і нічому не навчається зі зроблених помилок.

검둥개 미역 감기. – Відмивати чорного собаку [16].

검정개 목욕 감긴 것 같다. – Наче мив чорного собаку (в значенні: не видно результату від виконаної роботи) [12, с. 36].

검둥개 미역 감긴 다고 회여 지지 않는다. – Якщо обернути чорну собаку водоростями, то вона не стане білою [12, с. 37].

검정 고양이 눈 감듯. – Ніби чорна кішка очі закрила (в значенні: не видно того, що зроблено) [14, с. 48].

Таким чином, із чорним кольором пов'язували людську дурість, недалекоглядність.

3) Чорний колір – це колір глузування, засудження.

З давніх-давен вважається, що доречно висміювати лише ті недоліки, які є у тебе самого.

검정 개 까마귀 더러 검다 한다. – Чорна собака зневажає ворона за те, що той чорний [16].

무쇠 가마 구리 가마를 웃는다. – Чавунний котел насміхається над мідним за те, що той чорний [11].

술이 검정 나무란다. – Деревне вугілля зневажає чорне [12, с. 78].

검정 개 검정 돌을 웃는다. – Чорна собака потішається над чорною свинею [14, с. 46].

가마 밑 이 노구슬 밑 을 검 다고 비웃는 다. – Дно чавунного котла сміється над дном мідного казанка, за те, що воно чорне [11].

감으랴 추르랴 일본 닭이다. – Сердиться, як індик: то чорніє, то синіє [16].

까마귀 검다고 백로야 웃지 마라. – Не смійся над чорною вороною [16].

까마귀 가 까치 보고 검다 한다. – Чорний ворон вказує на чорного сороки [14, с. 64].

가마가 검기로 밥도 검으랴? – Хіба каша чорна від того, що казан чорний? [14, с. 44].

검은 머리 가진 짐승은 구제 말란다. – Звірові з чорною шерстю не допомагають [15, с. 79].

머리 검은 짐승은 남의 공을 모른다. – Тварина з чорною шерстю не знає приязні [15, с. 128].

Таким чином, чорний колір фігурує в ситуаціях, коли людина, не помічаючи своїх власних недоліків, засуджує і насміхається над іншими.

4) Чорний колір – це показник того, що зовнішність оманлива.

Нерідко зовнішність відіграє важливу роль, але гарна зовнішність людини не завжди означає, що вона приємна і в спілкуванні.

까마귀는 검어도 살은 흰다. – У чорної ворони м'ясо біле (у значенні: зовнішність оманлива) [12, с. 32].

겉은 하얗고 속은 검다. 겉은 검어도 속은 흰다. – Зовнішність світла, душа – чорна. Душа чорна, зовнішність – біла [14, с. 58].

겉이 검다고 속까지 검으랴? – Хіба чорний зовні завжди чорний душею? [14, с. 56].

엷었거던 검지나 말지. – Рябий, та ще й чорний [16].

겉은 검어도 속은 검을까. – Якщо зовнішність чорна, то і душа буде чорна? [14, с. 56].

검은 고기 맛 좋다 [있다] 한다. – Темне м'ясо на смак добре (в значенні: робити покvapні висновки з огляду лише на зовнішність) [15, с. 109].

Отже, можна сказати, що чорний колір демонструє, що за скромної, приємної зовнішності людина може володіти негативними якостями, душа може бути чорною, і навпаки, щось неочевидне на перший погляд не обов'язково є неприємним.

5) Чорний колір – це втілення негативних рис характеру людини.

Людина сама вирішує свою долю, вона сама себе формує і робить вибір, але, спілкуючись з іншими, мимоволі переймає їх звички, смаки, погляди, лексикон, поведінку й цінності.

검은 것을 희다고 하고 흰 것을 검다 고한다. – Називати чорне білим, а біле – чорним [12, с. 33].

검은 데 가면 검어지고 흰데 가면 희어진다. – Підеш до чорного – почорнієш, до білого – побілієш (у значенні: з ким поведешся, від того й наберешся) [15, с. 112].

검은 것을 가까이 하면 같이 까매지다. – Чим ближче до чорного, тим чорнішим стаєш [15, с. 110].

근묵자흑 (近墨自黑). – Біля чорнила сам темнієш [12, с. 39].

검다 희다 말이 없다. – Ні чорний, ні білий; ні риба ні м'ясо [11].

Таким чином, можна зробити висновок, що чорний колір – це показник негативних рис характеру людини.

Розбіжність культурних уявлень про колір у різних народів особливо яскраво проявляється в асоціаціях, які вказують на національно-культурну специфіку мислення носіїв різних мов. Для визначення глибинного, підсвідомого рівня сприйняття концепту «чорний колір» у корейській лінгвокультурі у 2016 році був проведений вільний асоціативний експеримент, учасниками якого стали студенти і викладачі (50 реципієнтів) Педагогічного Університету в м. Тегу, Південна Корея.

У ході проведення експерименту реципієнтам було запропоновано відповісти на низку питань, у результаті чого виявили таке [5, с. 58–73].

1) Більшість реципієнтів асоціюють лексему «чорний колір» зі словом «밤» («ніч»), його зазначили 15 опитаних з 50, що склало 30% від загальної кількості всіх отриманих відповідей.

Друге місце за частотою використання посідає лексема «어둡다» («темний, похмурий»), її відзначили 14 з опитаних реципієнтів, що склало 28%.

Лексема «머리카락» («волосся») зустрічається у відповідях 6 реципієнтів, що становить 12%.

Далі йдуть такі лексеми: 콩 («горох») – 10%; 까귀 («ворона»), 눈동자 («зіниця»), 악마 («диявол»), 암흑 («морок, темрява»), 죽음 («смерть») – 8%; 무섭다 («бути страшним»), 초콜렛 («шоколад») – 6%; 고양이 («кіт»), 주 («космос»), 짜장면 («локшина із соусом з чорних бобів»), 먹구름 («хмара») – 4%; 슬프다 («бути сумним»), 커피 («кава»), 별 («зірка») – 2%.

Таким чином, більшість реципієнтів асоціює лексему «чорний колір» з 밤 («ніч, морок, темрява»), 어둡다 («бути темним, похмурим»). Цікаво, що лексему, яка означає смерть («죽음»), використали лише 8% реципієнтів, це можна пояснити тим, що в корейській культурі чорний колір не завжди асоціюється зі смертю, а частіше з чимось темним, похмурим і загадковим.

2) Для визначення лексеми «чорний колір» у сучасній корейській мові найчастіше використовують лексему «검다»: її

відзначив 31 реципієнт, що склало 62% від загальної кількості всіх отриманих відповідей.

Друге місце за частотою вживання посідає лексема *까맣다* («дуже чорний»), її відзначили 18 опитаних, що склало 36%. Лексема *어두움* («темрява») зустрічається у відповідях 15 реципієнтів, тобто 30%.

Далі йдуть такі лексеми: *검정* («чорний колір»), *시꺼맣다* («чорний-чорний»), *깜깜한* («темний, неясний, туманний») – 12%; *거무스름하다* («бути чорнуватим») – 10%; *새까맣다* («бути темним, чорним») – 8%; *깜깜하다* («бути дуже темним, похмурим»), що зустрічається у відповіді лише одного реципієнта (2%).

3) У третьому завданні реципієнтам пропонували написати прислів'я та приказки, пов'язані з концептом «чорний колір». З отриманих результатів вибрали такі вирази, що зустрічаються щонайменше тричі.

검은 머리 파뿌리 되도록 산다. – Дожити з молодих років до сивого волосся (12 відповідей, або 46,1%)

숯이 검정 나무란다. – Деревне вугілля сміється над чорнотою іншого, хоча саме чорне (5 відповідей, або 19,3%).

가마 밑이 노구슬 밑을 검다고 비웃는다. – Дно чавунного казана сміється над дном мідного казанка за те, що воно чорне (4 відповіді, або 15,3%).

까마귀는 검어도 살은 흰다. – Навіть якщо ворона чорна, але душа може бути світла (4 відповіді, або 15,3%).

겉은 검어도 속은 흰다. – Зовні чорний, а всередині – світлий (3 відповіді, або 11,5%).

Висновки. Результат проведеного дослідження дає змогу зазначити, що вербалізований концепт «чорний колір» (*검다*) втілюється у дискурсі через номінацію, дескрипцію та експресію. Номінативні засоби вербалізації концепту охоплюють ім'я концепту, лексему *검다*, її синоніми, їх частиномовні похідні, а також вільні та фразеологізовані словосполучення, утворені на їх основі, та ідіоми. Основний поняттєво-ціннісний зміст, установлений шляхом дефінітивного аналізу імені концепту, переважно визначає його значення в семантико-когнітивному аспекті як негативне.

Також можна стверджувати, що прислів'я найбільш повно, точно та образно відображають своєрідність асоціативного мислення, особливості сприйняття навколишнього світу і реалій матеріальної і духовної культури народу, тому якнайкраще сприяють вербалізації концепту «чорний колір». Наявність великої кількості прислів'їв, приказок і фразеологічних одиниць з компонентом «чорний колір» підтверджує значущість кольору для будь-якого носія корейської культури. У корейській мовній ментальності лексичні одиниці з колірним компонентом беруть активну участь в моделюванні образу людини, її душевного складу, емоційного стану та дій, рис характеру, поведінки в суспільстві.

Перспективи дослідження ми вбачаємо у здійсненні подальшого аналізу номінативних, дескриптивних та експресивних засобів мовного втілення концепту «чорний колір» (*검다*) на більш репрезентативному матеріалі.

Література:

1. Алымова Е. Цвет как лингвокогнитивная категория в русской языковой картине мира : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 ; Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2007. 268 с.

2. Упорова С. О методологии анализа цвета в художественном тексте. *Гуманитарные науки в Сибири*. 1995. № 4. С. 50–52.
3. Бахилина Н. История цветообозначений в русском языке. Москва : Наука, 1975. 288 с.
4. Жаркынбекова Ш. Моделирование концепта как метода выявления этнокультурной специфики. *Материалы IX Конгресса МАПРЯЛ*. Братислава, 1999. С. 32–40.
5. 박영수. 색채어의 어원과 상징, 색채의 상징, 색채의 심리 [Етимология та символіка кольороназв. Психологія кольоропозначень]. Сеул : 살림, 2003. 78 с.
6. Базан И. Цвет в восточной культуре. *Цветопсихология*. 2014. URL: <http://cvet-psy.ru/tsvet-v-vostochnoj-kulture> (дата публікації: 26.09.2014; дата перегляду: 09.07.2020).
7. Шим Л., Львова И. Восприятие цвета в корейском языке. *Заграница*. 2009. URL: http://world.lib.ru/k/kim_o_i/s8s4.shtml (дата публікації: 17.02.2009; дата звернення: 10.07.2020).
8. Сусов А., Сусов И. Размышления о концептах. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2006. № 726. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 49. С. 14–20.
9. Лихачёв Д. Концептосфера русского языка. *Русская словесность: от теории словесности к структуре текста* : антология. 1993. Т. 52. № 1. С. 3–9.
10. Никольский Л., Цой Д. Большой корейско-русский словарь. Москва : Русский язык, 1976. 1481 с.
11. Naver 사전 (Тлумачний словник). URL: <http://dic.naver.com> (дата звернення: 23.04.2020).
12. 남영신, 이종충. 국어사전 (Тлумачний словник корейської мови). Сеул : 성안당, 2010. 1392 с.
13. 박형규. 한러사전 (Корейсько-російський словник). Сеул : 러시아어 문학사, 2005. 806 с.
14. 윤구병, 김용삼. 국어사전 (Тлумачний словник корейської мови). Сеул : 보리, 2008. 1560 с.
15. 이기문. 새국어사전 (Новий тлумачний словник корейської мови). Сеул : 두산동아, 2015. 3128 с.
16. Daum 지식. URL: <http://blog.daum.net/hcandy0417/15861701> (дата звернення: 23.04.2020).

Semeriako O. Verbalization of the concept of “black color” in phraseological units of the Korean language

Summary. The article describes the means of verbalizing the concept of “black color” (*검다*) as a universal and national-specific structure in the Korean language, specifically in Korean phraseological units. Various views on the nature of the concept were analyzed, as a result of which we came to the conclusion that the concept is not a special type of abstract names, but a special perspective of their consideration, accumulated by nation. The concept of “black” in the Korean language is based on the linguistic and cultural field of the hierarchical system of units that have a common meaning and reflect the system of relevant cultural concepts. The aim of the article was to study the means of verbalizing the concept of “black color” in the phraseology of the Korean language. In the article we used the method of conceptual analysis, which allowed us to trace the way of knowing the meaning of the concept of “black color” and to record the result in formalized semantic language. This method consisted of the following stages: etymological analysis, which establishes the meaning of tokens that objectify the concept; analysis of vocabulary definitions of keywords, which establishes the semantics of the concept; construction of a field model of the concept consisting of a kernel, close and distant periphery. Historical and etymological analysis using etymological dictionaries of the Korean language allowed us to trace the historical process of develop-

ment of the concept of “black color” in the Korean language. The analysis of vocabulary definitions helped to understand the semantics of the linguistic means of the lexical-semantic field of the concept of “black color”. As a result of etymological, lexical and semantic analysis, the main conceptual features of the concept were identified. The structure of the concept of “black color” (검다) is presented, which reflects its vision of the bearers of Korean language culture. The field model of the concept of “black color” (검다) in the Korean language is described, the construction of which was carried out on the basis of the analysis of dictionary interpretations of the names of concepts, a selection of examples of contextual uses. It is concluded that the concept of “black color”

(검다) is a multidimensional, semantically three-dimensional concept. The semantic field of the concept of “black color” (검다) is a hierarchical structure, which at the primary level is reduced to a single core, which is represented by the token 검다. All other representatives of the concept that describe different situations of cognition interact with the nuclear token. The noun 검다, which is the nuclear token of the concept of “black color”, developed within the etymological meaning of “black, dark, gloomy, night, darkness”. Understanding the concept of “black color” (검다) in the Korean language tradition had a motivating feature of “darkness”.

Key words: national and cultural specifics, color semantics, semantic field, structure of concept, black color.

*Ситник І. В.,**викладач кафедри східних мов та перекладу**Інституту філології**Київського університету імені Бориса Грінченка*

ДИСКУРС В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Анотація. Поняття «дискурс» є багатограним та полідисциплінарним, оскільки є предметом дослідження низки гуманітарних наук (філософії, психології, соціології, медицини, юриспруденції, лінгвістики, теорії комунікації тощо). У лінгвістичній літературі поняття «дискурс» використовується дуже широко. Залежно від предмета дослідження кожен науковець по-своєму підходить до вивчення та трактування терміна «дискурс». Так, дискурс тлумачиться як мовлення, занурене в життя, або як письмовий, зв'язний текст. З іншого боку, частина науковців також розглядає мовлення і текст як два аспекти дискурсу. У статті висвітлено найвідоміші дослідницькі інтерпретації поняття «дискурс» в сучасній парадигмі лінгвістичних знань. Окреслено важливе актуальне питання еволюції поняття «дискурс». Проаналізовано, виділено та систематизовано наявні основні наукові підходи до визначення поняття «дискурс» з позиції вітчизняних та закордонних дослідників. Обґрунтовано причини, через які ускладняється його тлумачення. Акцентовано увагу на кореляції понять «дискурс», «текст», «мовлення». У результаті дослідження з'ясовано, що, попри значну кількість різноманітних підходів до трактування терміна «дискурс», вони взаємодоповнюють, а не виключають одне одного. Встановлено, що об'єднуючим ядром усіх наявних сьогодні трактувань поняття «дискурс» є розуміння його як тісно пов'язану логічними та екстралінгвістичними зв'язками єдність комунікативних та когнітивних процесів, що об'єднуються у зв'язних текстах (усних або письмових). На підставі аналізу наукових джерел із різними підходами до визначення поняття «дискурс» запропоновано авторську дефініцію цього поняття, яке розглядається як сукупність створених з певною метою багатьох усних або письмових зв'язних текстів у певній комунікативній ситуації, які поєднані спільною темою, яким притаманні особлива граматики та лексики, особливі правила слововживання й синтаксису, особлива семантика, які взаємодіють між собою у сукупності з екстралінгвістичними та прагматичними, соціокультурними та іншими факторами.

Ключові слова: дискурс, лінгвістика, текст, мовлення, комунікація.

Постановка проблеми. У 50-х рр. XX ст. американський лінгвіст і соціолог Зелліг Харріс публікує статтю «Аналіз дискурсу» в якій вперше використовує поняття «дискурс» як лінгвістичний термін. Він визначає дискурс як «послідовність сказаних або написаних одною чи кількома людьми речень у конкретній ситуації» [28, с. 2]. Дещо згодом поняття «дискурс» стає ключовим у низці наукових робіт та входить у науковий обіг як самостійне поняття та водночас стає причиною численних дискусій. В сучасних наукових колах досі тривають суперечки щодо походження та змісту поняття «дискурс». Актуальність дослідження зумовлена відсутністю єдиного

загальноживаного визначення поняття «дискурс», комплексного підходу до цього явища, адже різні науковці пропонують свої трактування цього поняття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над дослідженням дискурсу в зарубіжній лінгвістиці працювали та продовжують працювати багато науковців, таких як А.Г. Гурочкіна, Т.А. ван Дейк, М. Фуко, О.В. Савельєва, Л.В. Селєзньова, Н.І. Формановська, В.Г. Борботько, Т.Б. Гуляр, Н.Д. Арутюнова, Е. Бенвеніст, Л.С. Чікільова, В.А. Андрєєва, Р. Барт, В.В. Богданов, Ж. Курте, В.З. Дем'янков, П. Сгалл, В.Є. Чернявська, Ю.С. Степанов, В.І. Карасик, А.Н. Баранов, Д. Шифрін, М.Л. Макаров. Цей науковий феномен стає ключовим у наукових доробках таких вітчизняних науковців, як Ф.С. Бачевич, К.С. Серажим, І.С. Шевченко, О.І. Морозова, Є.В. Бондаренко, Л.В. Солощук, С.О. Швачко, А.П. Мартинюк, П.М. Донець, Л.Р. Безугла, В.Г. Пасинюк.

Метою статті є розкрити поняття «дискурс», дослідження еволюції його розвитку та формування перспектив подальших досліджень у сучасній лінгвістиці.

Виклад основного матеріалу. В лінгвістичних дослідженнях останніх років термін «дискурс» розглядається дуже широко, а саме як усе, що говориться або пишеться, «як процес чи результат мовної діяльності, як синхронно здійснюваний процес породження тексту або ж його сприйняття, зрештою, як явище процесуальне» [6, с. 45].

Лінгвіст Т.А. ван Дейк пропонує почати вивчення еволюції розвитку міждисциплінарного поняття «дискурс» з античних трактатів з риторики та етики, у яких дискурс використовувався у значенні бесід (діалогів, монологів) учених [7, с. 113–114]. Вперше зафіксовано полісемічність терміна «дискурс» у XIX ст. У «Німецькому словнику» (нім. “Deutsches Wörterbuch”) братів Грімм 1860 р. зазначені такі визначення дискурсу: 1) діалог, бесіда; 2) мова, лекція. У 50-х рр. XX ст. американський лінгвіст і соціолог Зелліг Харріс публікує статтю «Аналіз дискурсу», в якій вперше використовує поняття «дискурс» як лінгвістичний термін. Він визначає дискурс як «послідовність сказаних або написаних одною чи кількома людьми речень у конкретній ситуації». [28, с. 2] Дещо пізніше французький лінгвіст Еміль Бенвеніст у своїх працях використовує термін “discours” в іншому значенні. Вчений розглядає “discours” як характеристику «мови, що привласнюється мовцем» [4, с. 296]. На його думку, дискурс – це «будь-яке висловлення, що зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також наміри адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника». Еміль Бенвеніст розділяє процес використання мови (дискурс) і результат цього процесу (текст) [4, с. 296]. У 60-х рр. XX ст. Мішель Фуко, розвиваючи ідеї Емілі Бенвеніста, пропонує своє визначення дискурсу: «сукуп-

ність вилучення, що належать одній системі формацій, тому можемо говорити про кліматичний дискурс, економічний дискурс, політичний дискурс» [22, с. 108]. Науковець вважає, що кожна наукова дисципліна володіє своїм дискурсом, а саме специфічним для цієї дисципліни знанням у вигляді системи пов'язаних між собою понять [16, с. 95].

На початку 80-х рр. дискурс починають сприймати по-іншому. Так, голландський лінгвіст Т.А. ван Дейк зазначає, що «дискурс – складне комунікативне явище, яке включає в себе текст (усний чи письмовий) та екстралінгвістичні фактори (цілі адресата, думки, установки, знання про світ), які необхідні для розуміння тексту. В дискурсі відображається менталітет і культура» [7, с. 7].

У роботах останніх років неодноразово здійснювалися спроби систематизації та класифікації наявних дефініцій. Так, узагальнюючи різні трактування дискурсу та результати аналізу досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців, В.С. Чернявська виділяє два підходи до визначення дискурсу. В межах першого підходу дискурс розглядається як комунікативна подія, що має своє відображення як у письмових текстах, так і в усному мовленні і «здійснюються у визначеному когнітивно і типологічно обумовленому комунікативному просторі» [22, с. 147]. За другого підходу дискурс розглядається як сукупність текстів однієї теми, при цьому «зміст (тема) дискурсу розкривається не одним окремим текстом, а через інтертекстуальність, в комплексній взаємодії багатьох окремих текстів» [22, с. 147]. Обидва підходи взаємодоповнюють один одного, і в «практиці лінгвістичного аналізу дискурсу слід враховувати обидва підходи» [22, с. 147].

В.С. Чернявська доходить такого висновку: «залежно від дослідницьких завдань дискурс в одному випадку позначає окрему конкретну комунікативну подію, в іншому випадку, передбачає інтегративну сукупність визначених комунікативних актів, результатом яких є змістовно-тематична спільність багатьох текстів» [22, с. 153]. Схожу думку висловлює А.Г. Гурочкіна, визначаючи дискурс як послідовність пов'язаних мовних одиниць, які були створені або створюються людиною, що говорить або пише для слухача або читача в певний час в певному місці з певною метою [6, с. 87].

Кожен підхід зосереджується на якомусь конкретному аспекті дискурсу: комунікативно-мовний підхід – на складному процесі формування та сприйняття мовного висловлювання, а структурно-текстовий підхід – на закономірностях утворення тексту [17, с. 124].

Потрібно зазначити, що мовлення й текст розглядаються як два аспекти дискурсу науковцем В.В. Богдановим. Така інтеграція, на думку вченого, дає змогу тлумачити дискурс як мовну діяльність, реалізовану в звуковій або графічній формі [5, с. 73]. Погоджуючись із ним, М.Л. Макаров зазначає, що «широке вживання дискурсу як родової категорії по відношенню до понять мовлення «текст», «діалог» сьогодні все частіше зустрічається в лінгвістичній літературі, тоді як у філософській, соціологічній або психологічній термінології воно вже стало нормою» [11, с. 56].

В.І. Карасик, Н.Д. Арутюнова, Ю.М. Караулов, В.В. Петров розглядають дискурс як зв'язний текст у ситуації спілкування, М.В. Йоргенсен, Л. Філіпс, В.С. Чернявська, П. Серіо, А.А. Кісельова, А.Н. Баранов трактують дискурс як масив тематично пов'язаних текстів, Е.С. Кубрякова, О.В. Алексан-

дрова, Т.А. ван Дейк, О.С. Іссерс, Е.В. Падучева тлумачать дискурс як мовленнєвий твір (письмовий або усний) у різноманітні його когнітивно-комунікативних функцій. Науковці Кембриджського університету Браун Джилліан та Юль Джордж у своїй роботі, присвяченій дискурс-аналізу, трактують дискурс як процес, а текст – як результат цього процесу [25, с. 97].

В.І. Карасик, аналізуючи визначення К.Ф. Сєдова, Н.Д. Арутюнової, М.Я. Димарського, В.В. Червоних, О.Д. Вишнякової, П.В. Зернецької, доходить висновку, що «текст і дискурс – це реальні явища, їх не можна ні поєднувати, ні роз'єднувати», «текст і дискурс – це явища, що існують у структурі і змісті комунікації» [9, с. 107]. Науковець пропонує визначення дискурсу, в якому відбилися його багатоаспектність і міждисциплінарна сутність: «дискурс являє собою явище проміжного порядку між мовою, спілкуванням, мовною поведінкою, з одного боку, і фіксується текстом, що залишається в «сухому залишку» спілкування, з іншого боку» [9, с. 107].

На думку лінгвіста Ю.С. Степанова, «дискурс існує перш за все і головним чином у текстах, але таких, за якими постають особлива граматики, особливий лексикон, особливі правила слововживання і синтаксису, особлива семантика, зрештою, особливий світ» [20, с. 655–688]. Схожу думку висловлює російський лінгвіст А.Н. Баранов, а також додає, що дискурс – це «масив текстів, присвячених конкретній проблематиці» [2, с. 84].

Російський лінгвіст В.З. Дем'яков на основі сучасних праць із мовознавства стверджує, що «дискурс – фрагмент тексту, що складається з одного або більше речень. Часто, але не завжди концентрується навколо опорного концепту – топік-дискурсу. Речення, з яких складається дискурс, є компонентами дискурсу» [8, с. 240]. В.З. Дем'яков розглядає дискурс як явище, що значно ширше за текст.

Словники зарубіжного видання “Collins” містять такі визначення терміна «дискурс» [26, с. 54]: 1) розмова, вербальна комунікація; 2) формальне трактування предмета в усній чи письмовій формі; 3) одиниця тексту, яка використовується лінгвістами для аналізу лінгвістичних явищ; 4) усна або письмова комунікація між людьми; 5) природно усна або письмова мова в контексті, особливо під час розгляду текстів в повному обсязі [15, с. 150].

Загальновизнаним визначенням дискурсу вважається визначення Н.Д. Арутюнової, яка розуміє дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними і прагматичними, соціокультурними та іншими факторами»; «як текст, взятий у подієвому аспекті; мовлення, розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і в механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах)» [1, с. 136–137]. В цьому визначенні дискурс розуміється як мовна практика, спрямована на розуміння учасниками комунікації сенсу контексту і тих умов, у яких створюється текст з певними мовними одиницями.

Схожу думку висловлює лінгвіст М.Ю. Олешков, зазначаючи, що дискурс – це поточна мовна діяльність, яка обслуговує комунікативну сферу. «В результаті цієї діяльності виникають тексти, які реалізуються в семіотичному просторі за допомогою вербальних і невербальних знаків, які мають певну структуру (модель мовної діяльності у вигляді послідовності мовних актів), жанрові особливості та прецедентний тезаурус» [14, с. 81].

У рамках лінгвістичної парадигми доктор філологічних наук Ф.С. Бацевич у своїх дослідженнях трактує термін «дискурс» у межах двох глобальних підходів [3, с. 30–34]. Перший підхід визначає дискурс як «текст, занурений у життя» [1, с. 137], тобто дискурс існує у текстах, у яких є особлива лексика, граматики, семантика, синтаксис, «зрештою, особливий світ» [3, с. 30–34]. «Кожен дискурс – це один із можливих світів» [19, с. 44–45]. Другий підхід тлумачить дискурс як «тип комунікативної діяльності, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, внутрішню), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування, являє собою синтез когнітивних, мовних і поза-мовних (соціальних, психологічних тощо) чинників, залежних від тематики спілкування, а також має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [3, с. 30–34].

А.П. Мартинюк тлумачить термін «дискурс» як «ситуативно обумовлену інтерсуб'єкту мовленнєво-розумову діяльність, спрямовану на взаємну орієнтацію у життєвому просторі на основі надання мовній формі семіотичної значущості» [12, с. 11]. Ширшого визначення дотримується К.С. Серажим, яка розуміє дискурс як «соціолінгвістичний феномен, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (конституючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має «видиму», тобто лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент), та «невидиму», тобто екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру, по-третє, характеризується спільністю світу, який «будується» впродовж розгортання дискурсу його репродуцентом (автором) та інтерпретується його реципієнтом (слухачем, читачем тощо)» [18, с. 13]. Спираючись на дослідження К.С. Серажима та В.І. Карасика, М.В. Янкович визначає дискурс як «соціолінгвістичний феномен, що сформувався в певному соціальному середовищі та активно структурує та моделює соціальну дійсність, матеріальним втіленням якого є текст (усний чи письмовий), що відображає спосіб мислення, ціннісні орієнтири, моральні норми, як власне адресата, так і середовища загалом» [24, с. 125].

Висновки. Таким чином, беручи до уваги наведені зарубіжні та вітчизняні підходи до визначення дискурсу, пропонуємо таке його тлумачення: дискурс – це сукупність створених з певною метою багатьох усних або письмових зв'язних текстів у певній комунікативній ситуації, які поєднані спільною темою, яким притаманні особлива граматики та лексика, особливі правила слововживання і синтаксису, особлива семантика, які взаємодіють між собою у сукупності з екстралінгвістичними та прагматичними, соціокультурними та іншими факторами.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
2. Баранов А.Н., Михайлова О.В., Шипова Е.А. Некоторые константы русского политического дискурса сквозь призму политической метафоры («взаимоотношения бизнеса и власти», «коррупция»). Москва : Фонд ИНДЕМ, 2006. 84 с.
3. Бацевич Ф.С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми української термінології.* 2002. № 453. С. 30–34.
4. Бенвенист Э. Общая лингвистика / под ред. Ю.С. Степанова. Москва : Прогресс, 1974. 446 с.
5. Богданов В.В. Текст и текстовое сообщение. Санкт-Петербург : изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 1993. 68 с.
6. Гурочкина А.Г. Понятие дискурса в современном языкознании. *Номинация и дискурс : межвузовский сборник научных трудов.* Рязань : Рязанский государственный педагогический университет им. С.А. Есенина, 1999, С. 45–65.
7. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
8. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века. *Язык и наука конца XX века.* Москва : Институт языкознания РАН, 1995. С. 239–320.
9. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва : Гнозис, 2004. 390 с.
10. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва : Гнозис, 2003. 375 с.
11. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
12. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. С. 11–13.
13. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики текста. *Новое в зарубежной лингвистике.* 1978. № 6. С. 467–472.
14. Олешков М.Ю. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект : учебное пособие для студентов фак. рус. Нижний Тагил : изд-во Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии, 2006. 146 с.
15. Романюк О.С. Дискурс як інтерактивна комунікативна діяльність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія.* 2016. С. 149–152.
16. Савельева Е.Б. О взглядах Мишеля Фуко на теорию дискурса. *Вестник Московской международной академии.* 2015. С. 93–95.
17. Селезнева Л.В. Исследование дискурса в современной лингвистике: опыт, направления, проблемы. *Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова.* 2011. № 4. Т. 8. С. 119–124.
18. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики] : монографія. Київ : КНУ, 2002. 392 с.
19. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности. *Язык и наука конца XX века.* Москва : РГГУ, 1995. С. 35–73.
20. Степанов Ю.С. Между системой и текстом – дискурс. *Язык и метод. К современной философии языка.* Москва : Языки русской культуры, 1998. С. 44–65.
21. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. Москва, 2007. 478 с.
22. Фуко М. Археология знания / пер. Бр. Левченко. Киев : Ника-Центр, 1996. 208 с.
23. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 248 с.
24. Янкович М.В. Поняття дискурсу в гуманітарних науках та визначення терміна «дискурс» в лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія.* 2015. С. 123–126.
25. Brown G., Yule G. *Discourse Analysis.* Cambridge, 1983.
26. Collins English dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/discourse>.
27. Schiffrin D. *Approaches to discourse.* Cambridge, MA & Oxford : Blackwell, 1994. 470 p.
28. Harris Z. *Discourse analysis.* *Language.* 1952. Vol. 28. № 1. P. 1–30.

Sytnyk I. Discourse studies in modern linguistics

Summary. It is known that the concept of “discourse” is considered to be multidisciplinary, because it is the subject of research in a number of humanities (philosophy, psychology, sociology, medicine, law, linguistics, communication theory, etc.). It should be noted that the term “discourse” is used very widely in the linguistic literature. There are considered different trends of discourse studies in modern linguistics. Depending on the subject of research, each scholar defines the term “discourse” in his own way. Discourse is interpreted as speech immersed in life, or as a written text. On the other hand, a mention should be made that some scholars also consider speech and text as two aspects of discourse. The article draws our attention to the most famous research interpretations of the concept of “discourse” within linguistic modern paradigm. The concept of “discourse” evolution is outlined. The existing main scientific approaches to the definition of “discourse” from the standpoint of domestic and foreign researchers are analyzed, identified and systematized. The reasons for which its interpretation is complicated are substantiated.

Emphasis is placed on the correlation of the concepts “discourse”, “text”, and “speech”. The study found that despite the large number of different approaches to the interpretation of the term “discourse”, they rather complement each other, than exclude each other. It is established that the unifying core of all currently existing interpretations of the concept of “discourse” is its understanding as a closely related logical and extra linguistic connections of the unity of communicative and cognitive processes that are objectified in coherent texts (oral or written). Based on the analysis of scientific sources with different approaches to the definition of “discourse”, the author’s definition of this concept is proposed, which is considered as a set of created purposefully oral or written coherent texts in a particular communicative situation, combined with a common theme and vocabulary, special rules of word usage and syntax, special semantics that interact with each other in conjunction with extra linguistic and pragmatic, sociocultural and other factors.

Key words: discourse, linguistics, text, speech, communication.

Січкач С. А.,

ORCID ID: 0000-0001-6262-2831

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри практичного мовознавства

факультету української філології

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Денисюк І. А.,

ORCID ID: 0000-0001-8641-3444

старший викладач кафедри практичного мовознавства

факультету української філології

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті зазначено актуальність вивчення емоційної компетентності особистості на сучасному етапі; представлено теоретичний аналіз понять «емоційність» та «емотивність»; подано характеристику емоційної та емотивної компетентності особистості із зазначенням ознак, що розмежовують ці категорії. Формування емоційної компетентності мовної особистості відбувається через життєвий досвід і реальні комунікації в рамках конкретної культури. У науковій розвідці розглянуто проблему емоційної складової частини в процесі навчання української мови, обґрунтовано необхідність вивчення й використання емоцій на уроці для розкриття емоційного потенціалу учнів і формування у них емоційної компетентності.

У статті використані теоретичні методи, такі як системний аналіз, систематизація та узагальнення теоретичних положень для з'ясування алгоритму формування емоційної компетентності засобами української мови, та емпіричні методи, такі як спостереження, опитування для висвітлення емоційного інтелекту засобами української мови.

У дослідженні подано докладне визначення понять «емоції», «емоційний інтелект», «емоційна компетентність», описано їх роль та функції в процесі навчання, наведено приклади формування емоційної компетентності засобами мови. Констатовано, що емоційний інтелект як здатність усвідомлювати свої емоції та емоції інших дає змогу керувати своїми емоціями та емоціями іншого, на основі чого можна будувати взаємодію. Високий емоційний інтелект сам по собі може й не бути надійним провісником успішності в роботі. Здатність чітко розпізнати, що відчуває інша людина, дає можливість розвинути такі компетенції, як уміння впливати на інших людей і надихати їх. Подібним чином людям, які краще здатні керувати своїми емоціями, легше розвивати такі компетенції, як ініціативність і здатність працювати в стресовій ситуації. Саме аналіз емоційних компетенцій необхідний для прогнозу успішності в роботі.

Зроблено висновок, що засобами української мови, використовуючи можливості EQ, педагог має змогу удосконалити або іноді навіть створити налагоджену і зрозумілу систему сприйняття, яка дасть змогу ефективно взає-

модіяти з учнями, вчити їх правильно сприймати критику, розпізнавати почуття дорослих та однолітків, адекватно відповідати на них. Емоційна компетентність дітей, сформована на уроках мови, допомагає розуміти їм свій внутрішній стан, керувати ним і спрямовувати власні емоції на те, щоби досягнути поставлених цілей.

Ключові слова: емоційна компетентність, емоційний інтелект, процес навчання, емоція, емоційна складова частина, мотивація.

Постановка проблеми. Новітні дослідження показують, що успішність дорослої людини в суспільстві визначається не стільки академічними знаннями і рівнем загального інтелекту (IQ), скільки вмінням керувати своїм емоційним станом і передбачати реакції оточуючих (EQ). Тим часом у сучасній школі приділяється мало уваги розвитку відповідних знань, умінь та навичок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми вивчення емоцій та їх ролі в навчанні приділялась увага з часів Аристотеля, який, як і багато інших філософів, визначав провідну роль свідомості, а емоції вважав другорядними та марними, тому емоції посідали менш важливе місце в науці порівняно з розумом, а впродовж тривалого часу вважалося, що емоції і засвоєння навчального матеріалу несумісні. Проте згодом праці Д. Юма, Ч. Дарвіна і такі теорії, як когнітивні теорії емоцій М. Арнольд і Р. Лазаруса, теорія емоційного інтелекту Д. Гулман, нейрофізіологічний підхід А. Дамасіо сприяли підвищенню ролі емоцій у всіх сферах людської діяльності, зокрема освітньої.

Варто зауважити, що європейські вчені-дослідники окреслили функціональний вектор емоційного інтелекту, зокрема серед них особливо ґрунтовними та аналітичними є дослідження таких науковців, як П. Саловей, Дж. Мейер, Д. Карузо, Г. Гарднер, А. Саваф, Х. Вайсбах, Дж. Готтман. Емоційну складову частину особистості аналізували у своїх працях як зарубіжні представники педагогічної думки (І. Гербарт, Я. Коменський, Дж. Локк, І. Песталоцці), так і вітчизняні педагоги (І. Бех, С. Русова, А. Макаренко, В. Сухомлинський).

Заслужують на увагу наукові розвідки, в яких детально розроблено концепцію емоційного інтелекту. На думку дослідників, конструювання емоцій засобами мови необхідне як для життя окремої особистості, так і для соціуму загалом (В. Зарицька, С. Понікаровська, Т. Шиян, Г. Березюк, Е. Носенко, О. Філатова) На думку українських дослідників, емоційний інтелект допомагає приймати рішення на основі відображення та осмислення емоцій, які мають для особистості певний зміст. У фокусі уваги інших авторів перебуває функціональне призначення: емоційний інтелект як здатність дає змогу використовувати емоції для адаптації до середовища, тоді як риса – це насамперед самооцінка власних емоційних здібностей.

Мета статті. Формування емоційної компетентності мовної особистості відбувається через життєвий досвід і реальні комунікації в рамках конкретної культури. Комуніканти передають засвоєні знання про емоції наступним поколінням, отже, емоції стають частиною національного інтелекту. Недостатня розробленість і пропагування методів навчання, спрямованих на розкриття емоційного потенціалу учнів, переважання раціоналізації процесу навчання й необхідність розвитку емоційної компетентності учнів зумовили актуальність нашого дослідження.

У статті використані теоретичні методи, такі як системний аналіз, систематизація та узагальнення теоретичних положень для з'ясування алгоритму формування емоційної компетентності засобами української мови, та емпіричні методи, такі як спостереження, опитування для висвітлення емоційного інтелекту засобами української мови.

Виклад основного матеріалу. Актуальною протягом усієї історії людського суспільства залишається проблема емоційної культури людини. Свідченням зростання інтересу дослідників до людських емоцій є виникнення поняття «емоційний інтелект». Загальновідомо, що показники інтелекту не дають змогу прогнозувати життєвий успіх, серед факторів, що його визначають, показник рівня інтелектуального розвитку не перевищує 20%. Нині набагато більш істотна роль надається емоціям [7]. Емоційна здатність – це здатність, яка визначає, наскільки добре людина може використовувати всі свої інші навички, зокрема інтелект. Виявляється, що вдосконалення логічного мислення та світогляду дитини не є основою його майбутнього успіху в житті.

Емоційність мовця є його природним інстинктом, мотиваційною основою його висловлювання через емоційно осмислену вербалізацію. Емоції мають природний, спонтанний характер, є відкритою демонстрацією почуттів [1]. Емоційна компетенція включає вміння людини усвідомити свої емоції і висловити їх; уміння бачити зв'язок між своїми і чужими думками, емоціями і вчинками; знання соціальних правил емоційної поведінки та реагування; знання способів і прийомів управління своїми або чужими емоціями, їх експресією, симулюванням, імітацією, приховуванням; знання основного словника їх номінацій; вміння розпізнавати їх у собі та в інших, а також розуміти їх, їх причини, особливо наслідки.

Сума навичок і здібностей людини розпізнавати емоції, розуміти наміри, мотивацію і бажання інших людей, а також свої власні, здатність керувати своїми емоціями та емоціями інших людей задля вирішення практичних завдань складає емоційний інтелект, або EQ (англ. "Emotional intelligence"). Це

поняття з'явилося як додаток до інтелекту в його традиційному розумінні. Якщо зазвичай інтелект ми пов'язуємо з такими речами, як розум, освіта, рівень IQ, то емоційний інтелект – це щось інше. Це здатність людини сприймати і використовувати емоційну інформацію, тобто отримувати або передавати її за допомогою емоцій.

Емоційний інтелект – це одне з найбільш популярних понять останнього десятиліття. Експерти Всесвітнього економічного форуму внесли його в топ-10 найбільш важливих навичок у 2020 році. На сайті Amazon.com за запитом "emotional intelligence" можна виявити більше 6 000 покликань. Якщо емоційний інтелект нерозвинений, людині дуже важко розпізнавати свої емоції і зчитувати стан інших людей.

Компонентами емоційної компетенції є [8] саморегуляція, рефлексія, емпатія, самомотивація, комунікація і самоконтроль. Кожен повинен володіти здібностями регулювання своїх емоцій, впливаючи на себе за допомогою слів, думок або регулювання дихання й тону м'язів; повинен володіти саморегуляцією.

Саморегуляція – це вміння регулювати свій емоційний стан, керувати почуттями, тримати їх у певній рамці, вміння заспокоювати самого себе, позбавлятися від тривоги і дратівливості, здатність моментально приходити до тями після несприятливих життєвих ситуацій і прикроців.

Рефлексія та емпатія обов'язкові для вдосконалення своєї діяльності та розвитку особистості. Вони вважаються характерними властивостями емоційного інтелекту педагога. Рефлексія є процесом сприйняття саморозвитку.

Емпатія є духовним єднанням особистостей, розумінням і сприйняттям проблем іншої людини як власних, тимчасовим отождоенням з нею. Емпатія ґрунтується на механізмах наслідування емоцій іншої особистості [8].

Самоконтроль – це процес управління собою. Він визначається як можливість контролю дестабілізуючих чи тих, які приносять шкоду, емоцій і вважається основним компонентом емоційного інтелекту. Збереження емоційного балансу є важливим завданням як педагога, так і учня. Наявність такого балансу ліквідує напругу, страх або гнів, вони не впливають на ясність мислення [11]. З психологічної точки зору, сутність повного самоконтролю емоцій залежить від уміння не піддаватися прагненню здійснення чого-небудь, оскільки всі емоції приводять до якоїсь дії [10]. Розвиток цієї компетентності – це складна робота, але саме ця робота дає найбільші результати, саме вона підвищує особисту ефективність.

За допомогою мови учні можуть вибирати різні варіанти представлення власних емоцій, такі як номінація, висловлювання, опис, імітація, симулювання, приховування, коментування того, що відчувають. Емоційне забарвлення мови й мови як предмета наукового аналізу стосується вивчення як фундаментальних проблем (мова і мислення, мова і пізнання, мова і свідомість, мова і когнітивний контроль), так і прикладних (мова і комунікація, мова і дискурс, мова і вплив). Емоції є однією з головних складових частин вербального і невербального аспектів мовної особистості.

Адекватно висловити емоцію словами неймовірно важко, і вербальне вираження емоцій є окремою проблемою у вивченні психології мови та мови як засобу спілкування й шкільного предмета. Проблема мови емоцій отримала статус окремого наукового напрямку в психолінгвістиці емоцій під назвою «емотіологія».

Базуючись на тому, що емоційність є обов'язковою властивістю і якістю мовної особистості (як людини), що регулює процеси породження смислів та формування прагматики висловлювань, Н. Орлова [3, с. 156] визначає емоційність як інстинктивний незапланований прояв емоцій. На думку В. Шаховського, емоційна компетенція включає [5, с. 138] вміння людини усвідомити свої емоції і висловити їх; вміння бачити зв'язок між своїми і чужими думками, емоціями і вчинками; знання соціальних правил емоційної поведінки і реагування; знання способів і прийомів керування своїми або чужими емоціями, їх експресією, симулюванням, імітацією, приховуванням; знання основного словника їх номінацій.

Алгоритм розвитку та вдосконалення емоційної компетентності учнів за допомогою мовних засобів передбачає застосування комплексу завдань, вправ, тренінгових елементів, арт-уроків та найпростіших технік і вправ [9]. Зупинимося на кількох рекомендаціях. Першим кроком у розвитку емоційної компетентності має стати усвідомлення власних емоцій учнями.

Особливо це актуально для тих дітей, які постійно пригнічують і витісняють свої емоційні переживання. Щоб усвідомити емоції, які вони переживають протягом дня, тижня, рекомендується вести «Щоденник емоцій» (М. Козлов), у якому слід регулярно фіксувати такі моменти: подія, яка викликала емоцію, прояви емоції, назва самої емоції і характер поведінкової реакції. В результаті ведення щоденника дитина дізнається факти свого емоційного стану; емоційний стан стає більш позитивним і стабільним; дитина починає розуміти, які саме події життя знижують її емоційний стан. Це дає їй змогу зробити правильні висновки, а реагування на негативні ситуації стає більш конструктивним.

Для більш ефективного усвідомлення власних емоцій та їх називання можна використовувати вправу «Емоційний словник». Протягом трьох хвилин слід записувати слова, вирази, звороти мови (будь-які), які дають змогу точно висловити почуття. Записати їх треба у два стовпці: позитивні та негативні.

Після цього слід звернути увагу на кількість слів. Більше 30 слів свідчать про те, що словниковий запас дитини дає змогу диференційовано висловлювати почуття; це є передумовою того, що її емоційні переживання будуть зрозумілі навколишніми. 20–30 слів свідчать про те, що дитина може по-різному висловити свої почуття, проте тренування не буде зайвим; менше 10 слів – дитині необхідне тренування в натуральному вираженні почуттів.

Варто звернути увагу дітей на те, яких емоцій у них більше, позитивних або негативних. Це характеризує їх як особистості, їхнє ставлення до життя. Навчитися керувати емоціями – це навчитися виражати їх прийнятними способами, зокрема негативні емоції.

Для того щоб назвати емоцію, необхідно мати досить багатий емоційний словник. Зміст цього емоційного словника залежить від представленості цієї емоції в мові. Емоція більшою чи меншою мірою представлена в мові залежно від того, наскільки важливою і бажаною вона вважається в тій чи іншій культурі. Наприклад, «Алфавітний словник індивідуально-авторських найменувань із семантикою «емоція», «почуття» в українській поезії ХХ – ХХІ сторіччя» подає такі варіації окремих лек-

сем на позначення емоцій: «*Біль-самота, ім., ж. р., ...і вже ти, як цятка, і вже над п'ятьмою / спалахуєш зойками біль-самоти. (Стус3:18 # 1972–1980); Біль-страха, ім., ч. р., Не минути болі-страхи / Блискавки – як ніж. (ЕБ4:52); Біль-тривога, ім., ч. р., Коли піду і... не вернусь, / Хай вас не мучить біль-тривога. (АГр:86 # 22.12.1988); Біль-тягар, ім., ч. р., Рух сонячних мачів і власний жар, / І гострі леза слів і тавра мови / Скував коваль в крицеві згустки-сплави / Й замурував у них свій біль-тягар. (ОВедм 2:49); Біль-цвях, ім., ч. р., Ніжність, звалтована світом, / Вчуваючи в серці біль-цвях, / Сонцем розкрито світить... (ГЦ2:139).*

Протилежне за значенням емоцій слово «щастя» представлено в українській мові широким спектром лексичних комбінованих сполук. *Місто-нещастя, ім., с. р., В найостаннішу мить перед вводом у тіло наркозу / Прокричу крізь легені: «Люблю тебе, місто-нещастя...» (А. Свентах: НМД-2008: 38 # ~2000-і); Молодоцвіття, ім., с. р., Блукаєш / пустелю моїх молодощів, як біла тінь суворой скорботи. (Стус2:52 # 1972–1980); Надсьомонебесний, прикм., Народити у душах / Надсьомонебесний рай. (ОП2:19 #~2009); Незграбно-щасливий, прикм., Йтиму боса, / Як доля незграбно-щаслива... (О. Рута: Київ-95. – № 7–8:49); Нещасливий, дієсл., ми проколені потребою любови / нещасливий нас потреба щастя... (ББой:158); Нещастя-горенько, ім., с. р., Не обминуло її їхню хату / Нещастя-горенько тоді. (ББор2: 140); Орач-щасливець, ім., ч. р., А вийде орач-щасливець, / Ногами стане міцними, / Засмаглий, не хворобливий, / Занурить леміш у ниву. (Бабій11:31); Передщастя, ім., с. р., Ця любов була схожа / На таїнство перших причасть. / Кожен ранок був ніччю. / Кожна ніч була передоднем. / Кожен день був жагучим чуттям передщастя. (ЛК: 314 #~1989); Піднесено-щасливий, прикм., Вона таки піднесено-щаслива / Біжить розхристана з довірою в очах. (ОГ:30); Рознещасний, прикм., І як же ту блідороту неміч / ти брала собі, рознещасна, на ніч? (ЛК1:64)*

Національна мова певною мірою формує навколишню реальність. Це означає, що ми можемо бути сліпі до явищ або концепцій, для яких у нас немає слів. Так, в італійській мові існує слово “fero”, що означає задоволення від зустрічі зі складним завданням. Однак назви для такої емоції не виявлено ні в англійській, ні в українській мовах. Емоція, позначена в мові словом «відчай», має низку синонімів, зокрема «безвихідність», «безнадія», «безпросвіток», «безпорадність».

Багатство емоційного словника дитини залежить від емоційного тезаурусу батьків. Бідність емоційного словника матері веде до формування у дитини особливого типу свідомості і мислення, в якому емоційне життя представлено мало. Якщо ж батьки здатні розпізнати негативні емоції своєї дитини і допомагають впоратися з ними, то у неї з часом виробляється здатність регулювати свої емоції, що виражається в її позитивній поведінці.

Наступний етап управління емоціями полягає в розширенні або обмеженні потоку емоційної інформації. Так, захисна, що обмежує емоційний досвід, стратегія супроводжується думками типу «Не думай про це», «Це не заслуговує моєї уваги», «Я не реагую». Навпаки, такі думки, як «Дізнайся про це більше», «Відкрий себе для цього почуття», свідчать про відкритість свідомості для потоку емоційних переживань. Коли дитина вважає за краще стратегію відкритості емоційним подіям, вона більшою мірою здатна співпереживати оточуючим.

Розпочати розвивати або вдосконалювати емоційну компетентність можна з найпростіших технік і вправ. Вправи на емоційний інтелект для учнів передбачають концентрацію їх зусиль та вмінь слухати і бачити, зокрема спочатку треба закрити руками вуха і озирнутися, звертаючи увагу на якомога більшу кількість дрібниць. Потім відкрити вуха і закрити очі (руками, певним предметом, заплющити). Тепер треба уважно вслухатися в навколишню атмосферу. Нарешті, третя частина вправи – закрити очі і вуха й постаратися сприймати світ за допомогою інших органів чуття.

Після виконання вправи слід запропонувати учням записати свої відчуття, емоції і враження від того, що відбувалося, з використанням назв самих емоцій. Інша корисна вправа пропонує специфічну рефлексію. Треба намагатися називати емоції, які ви зараз відчуваєте, міркувати, чим ця емоція корисна.

Щоб навчитися саморегуляції, зазвичай рекомендують щодня дві хвилини стояти в «позі лідера»: випрямивши спину і піднявши руки і голову. Треба скласти список проблем. Бажано згадати всі проблеми, які є зараз. Потім необхідно переформулювати всі проблеми в цілі, намагаючись не використовувати «негативні формулювання», тобто частку «не» і слова типу «припинити». Обов'язково простежити за зміною свого емоційного стану.

Корисним може стати прийом «П'ять чому». Наприклад, можна поставити собі питання: «Чому я не вивчив уроки (не підготував домашнє завдання, чому я не читаю тощо)?» До кожної відповіді треба знову ставити запитання «Чому?».

Для тренування емпатії можна використовувати таку гру. Увімкнути телевізор під час демонстрації фільму, відеоролика, а звук не вмикати. Намагатися без слів зрозуміти емоції, які прагнуть передати актори. Можна дивитися і документальні фільми, і ток-шоу, і політичні дебати.

Особливо інтенсивно виконують учні вправу «Струсить емоції із себе». У прямому сенсі: варто порекомендувати дітям обтрусити себе самим або попросити кого-небудь обтрусити, неначе одяг забруднився. Цей метод особливо доречно використовувати учневі, коли він розуміє, що «підхопив» чужі емоції.

Надзвичайну цікавість викликає вправа «Відправ емоції на прогулянку». Для цього необхідно провести невеликий ритуал. Діти пишуть свої емоції на аркуші паперу, роблять з них літачок і відправляють у вікно. Фактично вони викидають власні негативні емоції у сміття. Можливий інший варіант: зробити кораблик і відправити в плавання по річці, тобто придумати свій спосіб «відпустити» свою емоцію в прямому сенсі цього слова. Ритуали впливають не стільки на свідомість, скільки на несвідоме, тому дають змогу швидко вгамувати почуття.

Емоції лежать в основі набуття індивідуального життєвого досвіду. Незалежно від якості емоції допомагають виробляти, закріплювати і зберігати своєрідні форми поведінки або, навпаки, усунути реакції.

Висновки. Емоційний інтелект як здатність усвідомлювати свої емоції та емоції інших дає змогу керувати своїми емоціями та емоціями іншого, на основі чого будувати взаємодію. Високий емоційний інтелект сам по собі може й не бути надійним провісником успішності в роботі. Здатність чітко розпізнати, що відчуває інша людина, дає можливість розвинути таку компетенцію, як уміння впливати на інших людей і надихати їх. Подібним чином людям, які краще здатні керувати своїми

емоціями, легше розвивати такі компетенції, як ініціативність і здатність працювати в стресовій ситуації. Саме аналіз емоційних компетенцій необхідний для прогнозу успішності в роботі.

Емоційна компетентність як інтегративне особистісне утворення містить сукупність емоційних, комунікативних, регуляторних, особистісних властивостей і здібностей, що забезпечують усвідомлення, застосування і регуляцію станів та почуттів інших людей, самого себе. Засобами української мови, використовуючи можливості EQ, педагог має змогу удосконалити, іноді навіть створити налагоджену й зрозумілу систему сприйняття, яка дасть змогу ефективно взаємодіяти з учнями, вчити їх правильно сприймати критику, розпізнавати почуття дорослих та однолітків, адекватно відповідати на них.

Література:

1. Выготский Л. Мышление и речь : собрание сочинений : в 6 т. Москва : Педагогика, 1982. Т. 2. С. 5–361.
2. Геранюшкина Г. Социальный интеллект студентов-менеджеров и его развитие в условиях формирующего эксперимента : дисс. ... канд. психол. наук. Иркутск, 2001. 170 с.
3. Орлова Н. Языковые средства выражения эмоций: синтаксический аспект: на материале современной английской прозы : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19, 10.02.04 ; Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону, 2009. 188 с.
4. Орме Г. Эмоциональное мышление как инструмент достижения успеха. Москва : КСП+, 2003. 272 с.
5. Шаховский В., Волкова П. Эмотивность как принцип познающей и смыслообразующей деятельности сознания. *Мир лингвистики и коммуникации*. 2017. № 50. С. 138–163.
6. Bar-On R. The Bar-On model of emotional-social intelligence. *Psychothema*. 2006. Vol. 18. P. 13–25.
7. Bradberry T., Greaves J. Emotional Intelligence 2.0. San Diego : TalentSmart, 2009.
8. García Sancho E., Salguero J.M., Fernández-Berrocal P. Ability emotional intelligence and its relation to aggression across time and age groups. *Scandinavian journal of psychology*. 2017. № 58 (1). P. 43–51. DOI: 10.1111/sjop.12331.
9. Zeidner M., Matthews G., Roberts R.D. What we know about emotional intelligence: how it affects learning, work, relationships, and our mental health. London : A Bradford book, 2009. 464 p.
10. Mayer J.D., Caruso D.R., Salovey P. The Ability Model of Emotional Intelligence: Principles and Updates. *Emotion Review*. Vol. 8. No. 4. P. 290–300.
11. Petrides K.V., Pita R., Kokkinaki F. The location of trait emotional intelligence in personality factor space. *British Journal of Psychology*. 2007. Vol. 98. No. 2. P. 273–289.

Sichkar S., Denysiuk I. Algorithm for the development of emotional competence and emotional intelligence by means of the Ukrainian language

The article notes the urgency of studying the emotional competence of an individual at the present stage; the theoretical analysis of the concepts of “emotionality” and “emotivity” is presented; the description of emotional and emotive competence of a person with the indication of the attributes distinguishing these categories is given. The formation of emotional competence of the language personality occurs through life experience and real communication within a particular culture. This scientific research considers the problem of the emotional component in the process of learning the Ukrainian language and substantiates the need to study and use emotions in the classroom to reveal the emotional potential of pupils and the development of their emotional competence.

Theoretical methods used: systemic analysis, systematization and generalization of theoretical provisions to clarify the algorithm for the formation of emotional competence by means of the Ukrainian language, and empirical: methods of observation, survey to identify emotional intelligence by means of the Ukrainian language.

The study provides a detailed definition of the concepts of “emotions”, “emotional intelligence”, “emotional competence”, describes their role and functions in the learning process, gives examples of the formation of emotional competence by means of language. It is stated that emotional intelligence as the ability to realize their emotions and the emotions of others allows controlling one’s emotions and the emotions of others and building interaction on this basis. High emotional intelligence in itself may not be a reliable predictor of success. The ability to clearly recognize what another person is feeling provides an opportunity to develop such competencies as

the ability to influence and inspire other people. Similarly, people who are better able to control their emotions find it easier to develop such competencies as initiative and the ability to work in a stressful situation. It is the analysis of emotional competencies that is necessary for the forecast of success in work.

It is concluded that by means of the Ukrainian language, using the opportunities of EQ, the teacher can improve, in some cases, and create a well-established and understandable system of perception that will allow him to effectively interact with pupils, teach them to perceive criticism, recognize the feelings of adults and peers and respond adequately to them. Children’s emotional competence developed in the course of language lessons helps them to understand their inner state, manage it and direct their emotions to achievement of their goals.

Key words: emotional competence, emotional intelligence, learning process, emotion, emotional component, motivation.

*Снегурова Т. А.,**кандидат педагогических наук,**профессор кафедры гуманитарных наук**Национального технического университета «Харьковский политехнический институт»*

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ОБЩЕНИИ

Анотація. Статтю присвячено проблемі використання невербальних засобів у педагогічній взаємодії викладача і студентів. Теоретичним підґрунтям дослідження є теза про те, що в результаті переходу від лінійної моделі комунікації до діалого-інтерактивної різниця між вербальною і невербальною комунікацією практично зникла. Саме тому під час навчання іноземних студентів дуже важливо враховувати відмінності в засобах невербального спілкування між викладачем і студентами, між студентами з різних культурних ареалів через те, що вони можуть виявитися комунікативними бар'єрами під час навчальної діяльності.

У статті розглянуто такі компоненти невербального спілкування, як поза, жести, погляд, міжособистісна дистанція. На їх використання значною мірою впливають культурні норми, притаманні тим країнам, з яких приїжджають на навчання студенти. Ці норми часто різняться між собою і не завжди корелюють з тими, що існують в Україні.

У статті наведено різноманітні ситуації міжкультурного непорозуміння. Так, наприклад, залежно від прийнятих у рідному соціумі культурних норм один зі співрозмовників може в ході розмови порушити міжособистісну дистанцію, в результаті чого виникає незручність у відносинах комунікантів. Особливо болісно сприймається це порушення під час спілкування нерівних за статусом співрозмовників.

Автор акцентує увагу на важливій змінній, що регулює відносини між учителем та учнями, а саме просторовому розташуванню учнів по відношенню до столу викладача. Крім того, підкреслюється, що на організацію життя класу або студентської групи дуже сильно впливають рухи педагога. За допомогою рухів викладач керує фізичними контактами, орієнтацією і позами учнів, формуючи системи взаємодії, які можливі в аудиторії.

Останнє, про що йдеться у статті, – це положення тіла, яке людина (свідомо чи несвідомо) тримає: поза домінування або підпорядкування. Даються рекомендації викладачеві, яку позу доцільно прибирати під час пояснення матеріалу, а яку – під час опитування.

Автор доходить висновку про те, що, працюючи з іноземними студентами, педагог має враховувати відмінності в комунікативних невербальних сигналах, які притаманні представникам різних культур. Підкреслюється, що навіть незначне порушення соціокультурних норм, заведених у тому чи іншому культурному ареалі, може внести дезорганізацію в процес педагогічного спілкування.

Ключові слова: невербальні засоби комунікації, педагогічна взаємодія, поза, жести, погляд, міжособистісна дистанція, культурні норми.

Постановка проблеми. Исследование невербальной коммуникации занимает особое место в литературе по педагогической психологии. Ученые разных стран изучают проявление

эмоций, взгляд, изменение ритма и тона голоса, жесты, позы, межличностное пространство и другие каналы невербальной коммуникации у представителей разных культур с целью совершенствования учебного процесса. Однако во многих учебниках по психологии доминирующая роль отводится вербальной сфере, на которую направлено основное внимание.

В результате перехода от линейной модели коммуникации к диалого-интерактивной, в которой коммуникация представлена как продукт совместной активности собеседников по производству значения, разница между вербальной и невербальной коммуникацией практически исчезла [1, с. 22]. По мнению М. Коццолино, вербальная и невербальная коммуникация – это две стороны одного и того же процесса. Коммуникативных актов, которые состояли бы исключительно из жестов или слов, не существует. Даже письменная речь включает систему условных знаков (знаки препинания и т. д.), которые выполняют лингвистическую функцию. Именно поэтому при обучении иностранных студентов очень важно учитывать различия в средствах невербального общения между преподавателем и студентами, между студентами из разных культурных ареалов, так как они могут оказаться коммуникативными барьерами в учебной деятельности.

Актуальность статьи обусловлена малочисленностью публикаций, освещающих в достаточной степени особенности невербальной коммуникации, которая является важнейшим фактором процесса педагогического общения преподавателей со студентами-представителями разных культур.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема невербальных каналов коммуникации стала объектом исследования в середине 60-х годов прошлого века таких ученых, как А.А. Бодалев, Д. Моррис, А. Пиз, Ю. Фаст, Э. Холл. Так, установлением сходства и различия невербальных компонентов коммуникации, отражающих эмоциональные реакции человека, занималась профессор В.В. Ганина. И.А. Голованова изучала невербальные знаки, влияющие на характеристики человека как представителя определенного этнокультурного сообщества. Известный ученый Г.В. Колшанский исследовал проблемы использования неязыковых средств в речевой коммуникации. Способности человека к подсознательному восприятию невербальных характеристик инвертированной речи освещал в своих трудах В.П. Морозов. Польский психолог Я. Рейковский исследовал такие компоненты невербального поведения, как эмоциональные действия и выразительные средства. По мнению В.А. Лабунской, наиболее изученными среди всех элементов невербального поведения являются мимика и интонация, а наименее исследованы индикативная и коммуникативная функции жестов и поз, невербальное поведение диады и группы.

В украинской педагогике встречаются интересные работы по невербальной коммуникации, связанные с культурой стран, из которых приезжают на учебу иностранные студенты. Так, например, Е.В. Субота изучала невербальную коммуникацию в арабской культуре, что очень полезно знать преподавателям, работающим с арабским контингентом. Однако таких исследований еще слишком мало, чтобы дать педагогам максимально полное представление о социально-культурных нормах, принятых в разных странах.

Важное открытие в вопросе соотношения вербальных и невербальных средств общения сделал профессор психологии Калифорнийского университета Альберт Мейерабиан, который установил, что вербальными средствами передается только 7% информации, тогда как звуковыми средствами, включая тон голоса, интонацию, передается 38% информации, а невербальными средствами – 55%. На основании своего исследования А. Мейерабиан вывел формулу 7:38:55, известную как «правило 3Vs» [2].

Большой вклад в изучение невербальных каналов связи в педагогическом процессе внес известный итальянский ученый Мауро Коццолино. Он отмечает, что одна из основных функций невербальной коммуникации заключается в том, чтобы с помощью внешнего поведения проявлять эмоции. М. Коццолино утверждает, что проявление эмоций с помощью невербальной коммуникации может противоречить тому, что выражается с помощью языка. При таких обстоятельствах невербальная коммуникация более убедительна [1, с. 36]. Когда то, что человек выражает с помощью языка (вербальный канал коммуникации), не соответствует тому, что он выражает с помощью тела (невербальный канал коммуникации), его партнер по взаимодействию обращает больше внимания на невербальные «сообщения». Вероятно, это связано с тем, что за языком тела можно непосредственно наблюдать. Однако существуют определенные социальные условия, которые налагают запрет или контролируют проявление эмоций. В таких случаях собеседники действуют согласно стратегиям поведения, принятым в социуме. Знание основных особенностей этноориентированного поведения иностранных учащихся значительно облегчает преподавателю процесс педагогического общения в интернациональном студенческом коллективе, а умение педагога грамотно пользоваться невербальными каналами коммуникации представляет собой важный фактор установления контакта с аудиторией и поддержания его на протяжении всего учебного времени.

Целью статьи является рассмотрение различных аспектов невербальной коммуникации в контексте педагогического воздействия преподавателя на обучаемых в учебном процессе.

Изложение основного материала. Невербальная система общения между преподавателем и учащимися состоит из таких компонентов, как поза, жесты, взгляд, межличностная дистанция и другие невербальные сигналы.

На использование взгляда как канала коммуникации в значительной степени влияют культурные нормы. Существуют различия в частоте использования взгляда в культурах разных народов. Так, арабы чаще смотрят друг на друга при взаимодействии по сравнению с американцами или европейцами. Греки также смотрят на собеседника чаще, чем американцы и англичане.

Существенные различия в зрительном поведении наблюдаются между жителями американских континентов. Некоторые

народности Южной Америки и индейцы смотрят на собеседников реже, чем англичане или жители Северной Америки. Японцы отличаются тем, что смотрят не в глаза другому человеку, а на его шею. Результаты исследований показывают, что учащиеся больше смотрят на тех людей, от которых ожидают одобрения, а ученики, имеющие когнитивные трудности, во время беседы избегают обмена взглядами с собеседником.

Отличия в зрительном поведении людей разных национальностей необходимо учитывать преподавателям, работающим с иностранными студентами. Так, пристальный, «сканирующий» взгляд педагога, особенно в ситуации устного контроля, может вызвать у учащегося эмоциональное напряжение, затормозить или даже прервать его речевую активность.

Жесты, которые использует человек, указывают на то, в каком эмоциональном состоянии он находится или какие межличностные отношения существуют между ним и его собеседником. Например, когда человек начинает испытывать тревогу или эмоциональное напряжение, его движения меняются, что проявляется в используемых им экспрессивных жестах. Переживание грусти или скуки отражается в медленной и «тяжелой» жестикуляции. Часто плечи человека согнуты, а руки сложены на груди. Радость, наоборот, проявляется в оживленной жестикуляции.

Жесты застенчивости и смущения одинаковы для разных культур, поэтому преподавателям, работающим с иностранными учащимися, необходимо чутко реагировать на жесты учеников и по возможности снимать эмоциональное напряжение студентов, если таковое возникает.

Результаты исследований в педагогике показывают, что на понимание и активность ученика влияет не только содержательное оформление занятия, но и то, с каким энтузиазмом оно проведено. Активная жестикуляция, использование громкого голоса и пауз, привлекающих внимание учащихся, способствуют лучшему пониманию и запоминанию изучаемого материала. Одобрение, внимание или невнимание, эмоции – все это социальные подкрепляющие стимулы, которые чаще всего выражаются посредством невербальных сигналов и тесно связаны с процессом обучения.

Большое социальное значение придается межличностной дистанции. Межличностная дистанция – это пространство, которое разделяет взаимодействующих людей. По дистанции можно определить, в каких отношениях состоят коммуниканты или какие отношения они хотят установить. Объективное пространство, измеряемое в сантиметрах, в процессе взаимодействия выступает как символическое пространство, отражающее переживания участников взаимодействия. Попытки приблизиться коммуниканты интерпретируют по-разному, что обусловлено как индивидуальными различиями, так и их социально-культурной принадлежностью.

Как известно, межличностное пространство регулируется культурными нормами. Так, в процессе взаимодействия арабы располагаются по отношению друг к другу на таком расстоянии, которое позволяет коснуться локтем другого собеседника, предпочитают быть как можно ближе друг к другу.

Напротив, жители Северной Европы (шведы, шотландцы, англичане), а также японцы, китайцы и другие жители Азии, склонны сохранять большую дистанцию. Латиноамериканцы и народы Средиземноморья допускают более короткое межличностное расстояние, о чем прекрасно осведомлены

опытные преподаватели, работающие с иностранными студентами. Иногда можно наблюдать комичную картину, когда студент, например, из Латинской Америки, пытается сообщить что-либо своему украинскому педагогу во время перерыва, приближается к нему с каждым словом. Преподаватель же пугается от студента, пытается сохранить расстояние, принятое в нашей культуре. Кроме того, дистанция между коммуникантами является маркером статусных отношений, поэтому сокращение расстояния может восприниматься преподавателем как неуважение.

Существует и обратная корреляция, когда дистанция изменяется в зависимости от уровня самооценки и уверенности взаимодействующих сторон. Так, люди с высокой самооценкой приближаются к своему собеседнику больше, чем люди с низкой самооценкой. В данном контексте также следует отметить важность сохранения дистанции между преподавателем и учеником. Не все учащиеся легко относятся к вторжению в их интимную зону (от 0 до 45 см). Более робкие ученики испытывают при этом эмоциональное напряжение, следствием которого может быть нарушение когнитивной и коммуникативной функций.

Важной переменной, которая регулирует отношения между учителем и учениками, является пространственное расположение учащихся по отношению к столу преподавателя.

Согласно результатам исследований, чем дальше учащиеся находятся в аудитории от стола преподавателя, тем труднее складываются между ними отношения. Это объясняется тем, что у студента, сидящего далеко от стола преподавателя, меньше возможности воспринимать важные в процессе коммуникации сигналы, а именно мимику, визуальный контакт, тон голоса.

На организацию жизни класса или студенческой группы очень сильно влияют движения педагога. С помощью движений преподаватель управляет физическими контактами, ориентацией и позами учеников, формируя системы взаимодействия, возможные в аудитории. Кроме того, сам интерьер аудитории регулирует уровень близости, доминирования или подчинения, эмоциональной гармонии, возможный в отношениях между учителем и учеником.

Как показывают результаты наблюдений, преподаватели часто используют кафедру (свой стол) как личную территорию. За ней преподаватель проводит в среднем около 1/3 своего времени. Если преподаватель отходит от кафедры, то только в сторону двери. Таким образом, чаще всего педагог контактирует с учащимися, сидящими на близком к нему расстоянии (65% случаев). Реже, в 20% случаев, он контактирует с учениками, сидящими на среднем расстоянии. Наиболее редко (в 15%) случаев – с учениками, сидящими на дальнем расстоянии [1, с. 282].

На невербальное поведение преподавателя большое влияние оказывает количество учащихся. Так, преподаватель чаще перемещается по классу и устанавливает больше контактов, если он взаимодействует с небольшим количеством студентов. Наиболее значимо это утверждение при обучении иностранным языкам. Языковые группы, как правило, небольшие (10–15 учащихся). В таких небольших группах педагогу легче установить контакт с аудиторией. Идеально, если столы в классе расставлены так, чтобы все учащиеся находились примерно на равном расстоянии от преподавателя.

В практике работы Летней языковой школы, которая в течение 25 лет функционировала в рамках Договора между Национальным техническим университетом «Харьковский политехнический институт» и Клагенфуртским университетом (Австрия), встречались различные ситуации, обогатившие наш педагогический опыт. Например, однажды перед самым первым занятием в группе австрийские студенты переставили столы по своему разумению. В результате этого все столы оказались стоящими в форме буквы П, а стол преподавателя находился в центре этого каре. Молодой преподаватель, волнувавшийся от одной мысли о предстоящих занятиях с австрийскими студентами, среди которых были и австрийские преподаватели русского языка, очень удивился, увидев эту диспозицию. Однако такое неформальное расположение столов произвело неожиданный эффект: украинский педагог успокоился, перестал нервничать, занятия приняли характер естественного общения. Впоследствии большинство преподавателей нашей кафедры переняли этот опыт и используют его в повседневном учебном процессе. Важным моментом при таком расположении столов является равноудаленность учащихся от преподавателя и возможность последнего легко приблизиться к каждому из студентов. Кроме того, находясь в центре каре, педагог имеет большую мобильность. Нет ничего хуже для педагогического общения, чем преподаватель, сидящий основное время занятий за столом. Это наше мнение, основанное на многолетнем опыте.

Последнее, на чем необходимо остановиться, – это поза или положение тела, которое человек принимает сознательно или неосознанно, чтобы показать свое отношение к другим людям. Эмоциональное состояние влияет на то, какую позу принимает человек, поскольку, с одной стороны, эмоции непосредственно влияют на физиологию человека, заставляя его непроизвольно принять то или иное положение, с другой стороны, человек специально может принять ту или иную позу, чтобы показать свои внутренние эмоциональные переживания.

По позе можно определить, склонен человек доминировать, подчиняться или поддерживать равноправные партнерские отношения. Позиция, когда один человек стоит, а другой сидит, демонстрирует доминирующее положение стоящего. Сидящий человек со взглядом, направленным снизу вверх, занимает подчиненную позицию. Мы рекомендуем преподавателям придерживаться такого правила: объясняя новый материал, преподаватель должен стоять, то есть доминировать в аудитории. В этом случае внимание учащихся будет привлечено к нему. Наоборот, в ходе опроса и преподаватель, и учащийся должны находиться в равных позициях, то есть или стоять, или сидеть одновременно. Это утверждение наиболее значимо для ситуации устного экзамена по иностранному языку. Если оба коммуниканта находятся в равном положении, то учащийся не испытывает такого эмоционального напряжения, как при стоящем (доминирующем) экзаменаторе. Такая диспозиция снижает нервное напряжение экзаменуемого и позволяет педагогу более объективно проконтролировать речевые умения студента.

Выводы. Коммуникация между преподавателем и студентами – это сложный феномен, который нельзя объяснить с учетом только лингвистических компонентов. В этом процессе невербальная коммуникация занимает особое место. Такие невербальные каналы взаимодействия, как взгляд, изменение ритма и тона голоса, жесты, позы, межличностное простран-

ство, оказывают значительное влияние на эффективность педагогического общения. Особое значение приобретает знание педагогом коммуникативных невербальных сигналов при работе с иностранными студентами, которые являются представителями различных культур. Даже незначительное нарушение социально-культурных норм, принятых в том или ином культурном ареале, может внести дезорганизацию в процесс педагогического общения. Именно поэтому педагогам, кураторам академических групп необходимо не только принимать во внимание коммуникативные маркеры эмоционального состояния учеников, но и грамотно формировать системы взаимодействия в студенческой аудитории.

Литература:

1. Коццолино М. Невербальная коммуникация. Харьков : Гуманитарный центр, 2018. 218 с.
2. Mehrabian A. Nonverbal communication. Chicago, IL : Aldine-Atherton, 1972. 226 p.
3. Субота Е.В. Невербальная коммуникация в арабской культуре. *Сучасна філологія: Актуальні наукові проблеми та шляхи вирішення* : тези Міжнародної науково-практичної конференції (22–23 квітня 2016 року). Одеса, 2016. С. 126–130.
4. Лабунская В.А. Невербальное поведение: структура и функции. *Социальная психология: хрестоматия* : учебное пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2003. С. 85–108.
5. Dufour A., Dupin C. *Opération antistress*. Leducs Editions. 2015. 185 p.

Snigurova T. Non-verbal means in pedagogical communication

Summary. The article is devoted to the problem of using non-verbal means in pedagogical interaction of teacher and students. The theoretical basis of the study is the thesis as following: as a result of the transition from a linear model of communication to a dialogue-interactive model, the difference between verbal and non-verbal communication has virtually disappeared. That is why it is very important to take into account the differences in the means of non-verbal commu-

nication between teachers and students and between students from different cultural backgrounds because they can be communication barriers during educational activities.

The article considers such components of non-verbal communication as posture, gestures, look, interpersonal distance, etc. Their use is greatly influenced by the cultural norms of the countries from which students come to study. These norms often differ from each other and do not always correlate with those existing in Ukraine.

The article presents various situations of intercultural misunderstanding. So, for example, depending on the cultural norms accepted in a native society, one of interlocutors can break interpersonal distance at conversation; therefore, there is an inconvenience in relations of communicators. This violation is especially painful when communicating with unequal interlocutors.

The author focuses on an important variable that regulates the relationship between teacher and students – the spatial location of students in relation to the teacher's desk. In addition, it is emphasized that the organization of class life is strongly influenced by the movements of the teacher. With the help of movements, the teacher manages the physical contacts, orientation, and postures of students and therefore, forms the systems of interaction possible in the classroom.

And the last thing that is discussed in the article is the position of the body that a person (consciously or unconsciously) holds: position of domination or subordination. Recommendations on which pose should be used by the teacher when explaining the material and when interviewing students are given.

The author concludes that when working with international students, the teacher must take into account the differences in communicative non-verbal signals that are inherent in different cultures. It is emphasized that even a minor violation of socio-cultural norms established in a particular cultural area can disorganize the process of pedagogical communication.

Key words: non-verbal means of communication, posture, gestures, look, interpersonal distance, pedagogical interaction, cultural norms.

Соколець І. І.,
ORCID ID: 0000-0002-4582-7082
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри германської та фіно-угорської філології імені професора Г. Г. Почепцова
Київського національного лінгвістичного університету

Ханикіна Н. В.,
ORCID ID: 0000-0002-5920-9779
кандидат філологічних наук,
старший науковий співробітник науково-дослідної лабораторії освітології
Київського університету імені Бориса Грінченка

МОТИВАЦІЙНА ОСНОВА ДІЄСЛІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ЛЮБОВІ/КОХАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА УГОРСЬКІЙ МОВАХ

Анотація. У запропонованому дослідженні за мету поставлено аналіз дієслів на позначення психоемоційного стану закоханості суб'єкта в українській та угорській мовах, визначення ядерних і периферійних зон ситуативом, що позначають стан закоханості суб'єкта в українській та угорській мовах, встановлення мотиваційної основи дієслів на позначення психоемоційного стану закоханості суб'єкта в українській та угорській мовах.

Завданням роботи є виявлення характеру мотиваційних відношень в ономазіологічній і когнітивно-семантичній структурі дієслів, що позначають психічний стан закоханості/любви суб'єкта, а також здійснення когнітивно-ономазіологічного аналізу дієслів на позначення цього психоемоційного стану суб'єкта і виявлення типів їх мотивації в українській та угорській мовах.

У роботі здійснено поліситуаційний аналіз, який дає змогу всередині лексико-семантичної групи дієслів, що позначають психоемоційний стан суб'єкта, а саме стан закоханості, в українській та угорській мовах встановити зони ядерної семантики та його периферії, а саме ближньої, дальньої, крайньої. В основі запропонованої методики лежить план вираження дієслова як поліситуаційної, поліподієвої, поліпропозиційної структури, що дає можливість представити семантику дієслова у вигляді ситуативом як особливої структури, яка відображає динаміку дієслівного змісту.

У ході дослідження дієслів на позначення психоемоційного стану закоханості/любви суб'єкта в українській та угорських мовах було встановлено їх етимологічне походження та визначено ядерні позиції: асертема – ситуативом, ситуативом ближньої, дальньої та крайньої периферій, конситуації. Згідно з поліситуаційним дієслівним аналізом та визначенням ядерно-периферійної зони ситуативом були встановлені типи мотиваційної основи для дієслівної семантики любові. У зіставному аспекті висвітлено спільні та відмінні ознаки в номінуванні та мотивації для дієслів перехідного типу від психоемоційного стану до фізіологічно-тілесного стану суб'єкта.

В результаті дослідження були виявлені типи мотивації психоемоційного стану закоханості/любви суб'єкта в українській та угорській мовах, зокрема змішаний тип мотивації, у якому перехрещуються модусний сенсорно-психологічний тип мотивації і гештальтний різновид

асоціативно-термінальної мотивації з домінують сублімованою (естетичною та етичною) позитивною оцінкою.

Ключові слова: вербальна семантика, поліситуаційний аналіз, асертема, ближня, дальня, крайня периферія, конситуація, ситуативом, ситуативом-подієво-пропозиційний підхід.

Постановка проблеми. Питання зіставлення двох генетично неспоріднених мов, але близьких територіально – української та угорської – є актуальним з огляду на лексичне наповнення слів. Ці мови належать не тільки до різних мовних сімей – індоєвропейської та фіно-угорської, – але й до різних мовних типів – флективного та аглютинативного. Протягом тисячолітнього сусідства мови зазнали чималого впливу: угорська мова має у своєму складі 20% запозиченої лексики зі слов'янських мов, українська мова має лексичні запозичення, якими активно послуговується: це назви страв, одягу, інструментів, частин тіла, родинні позначення (*зуляш, паприка, куліш, кучма, лаба, тазда, легінь* тощо), серед запозичень є лексеми, які вказують на психоемоційний стан людини (*банувати*).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню емотивної лексики присвячено доволі багато робіт у науковій літературі, зокрема в історико-етимологічних розвідках (Ю.І. Гамаюнова), у німецькій мові (М.В. Гамзюк), у сучасному мовознавстві (Н.С. Штефанюк), у художніх та наукових текстах (Б.В. Стельмах), у творчості митців слова (Н.О. Позднякова), в українській та американській культурах (С.М. Мандер). Меншою мірою науковці торкаються вивчення емотивної лексики угорської мови.

Метою статті є визначення мотиваційної основи дієслів на позначення психоемоційного стану закоханості людини шляхом встановлення лексико-семантичних ядерних і периферійних зон ситуативом в українській та угорській мовах. Об'єктом дослідження послуговували словникові статті з реєстровими дієсловами із семантикою психічного стану закоханості/любви суб'єкта в тлумачних та фразеологічних словниках української та угорської мов.

Виклад основного матеріалу. Проблема встановлення мотиваційної основи для дієслів *любити/кохати*, що познача-

ють психоемоційний стан суб'єкта у двох аналізованих мовах, а саме українській та угорській, вирішується у статті за допомогою поліситуаційного аналізу мотивації дієслівної семантики [17, с. 185–202], який був запропонований сучасними науковцями.

У науковій літературі останніх десятиліть зарекомендував себе ситуаційно-подієво-пропозиційний підхід до аналізу дієслів, що був розроблений Н.Б. Лебедевою [4, с. 95–108; 5; 6, с. 183–187; 7; 8, с. 92–97] та її послідовниками, а саме М.С. Небольсиною [9, с. 8–13; 10, с. 71–74; 11, с. 120–125] та С.Л. Камзіною [3]. Питанням установаження мотиваційної основи, зокрема дієслів, активно займається український науковець О.О. Селіванова [12, с. 379–389], яка продовжила досягнення у сфері когнітивної семантики (М.М. Болдирев, Дж. Лакофф, М. Тернер) та запропонувала такі чотири типи мотивації на основі концептуального місця мотиватора в ментально-психонетичному комплексі.

1) Пропозиційна мотивація, яка оперує знаками-мотиваторами в прямих значеннях буквальної інформації про позначене в межах однієї ситуації, як правило, асертивної, ядерної (у термінології Н.Б. Лебедевої). Цей тип мотивації за загальним механізмом розглядається як метонімічний, адже в процесі номінації здійснюється перенесення позначень одного компонента події на інший, імені класу об'єктів на об'єкт цього класу, позначення частини на ціле й цілого на частину за суміжністю [12, с. 163].

2) Асоціативно-термінальна мотивація, що вибирає мотиватори метафоричного статусу на підставі аналогічних зв'язків з іншими концептуальними сферами свідомості, такими як конситуації формування ближньої і дальньої периферії дієслівного значення (асоціативно-термінальна мотивація, спрямована на використання в процесі найменування фрагмента неістинних (необ'єктивних, нетривіальних) знань про позначуване, який корелює з певними диктумними позиціями, що в такому разі є знаково нульовими [12, с. 172]).

3) Модусна мотивація, яка ґрунтується на оцінці носіями мови знаку мотиватора в кореляції з психічними функціями відчуттів, почуттів, архетипами позасвідомого [12, с. 169].

4) Змішана мотивація, яка суміщає мотиватори, вибрані з різних фрагментів структури знань (асертивної ситуації і конситуації) про позначене. Особливістю цього типу мотивації є те, що одна ономасіологічна ознака вибирається з предикатно-аргументної частини й відображає істинну інформацію про об'єкт номінації, одержану в процесі пізнавально-практичної діяльності номінаторів, а друга – з термінально-асоціативної сфери чи модусу і репрезентує зв'язки між предметними сферами [12, с. 175].

Цікаво, що до сфери психіки та емоцій людини належить одне з найсильніших вихідних почуттів, а саме любов, яку характеризують через емоції інтересу й радості. Любов – це патерн позитивних емоцій, проте на тлі міжособистісних стосунків любов може включати негативні емоції, такі як печаль, гнів, страх. Виокремлюють материнську, сиблінгову, романтичну любов. Основні ознаки цих типів любові визначаються на соціально-психологічному рівні. Йдеться про прив'язаність, вірність, відданість, бажання захищати кохану людину й піклуватися про неї [2, с. 410–425]. Любов постає у двох іпостасях, а саме позитивній і негативній, двох царинах, а саме психічній і соціальній.

Емоція любові в українській мові концептуалізується ситуацями ЛЮБИТИ, КОХАТИ, одиницями плану змісту яких є дієслова *любити*, *кохати*. Словник української мови в 11 томах (далі – СУМ) витлумачує ці лексеми як синонімічні одиниці зі значеннями «відчувати глибоку відданість, прив'язаність до кого-, чого-небудь» та «почувати, виявляти глибоку сердечну прихильність до особи іншої статі»: *Як я люблю тебе, мій рідний краю, Як я люблю красу твою, твій люд* (Іван Франко, XIII, 1854, 324); *Образно. *Мати повивала Мене малого і вночі На свічку богу заробляла; Пречистій ставила, молила, Щоб доля добрая любила її дитину* (Тарас Шевченко, II, 1853, 110). *Коли вподобав Олену, бери Олену, а мені кожна невістка буде люба, аби тебе кохала, мій сину* (Марко Вовчок, I, 1855, 51); [Маруся:] *Як-то чудно у світі діється, що, кого щиро кохаєш, – одвертається від тебе та ще й кепкує, зневажає; кого ж ненавидиш, дивиться на його не хотіла б – у вічі лізе!* (Марко Кропивницький, I, 1858, 89); *Так ніхто не кохав. Через тисячі літ лиш приходять подібне кохання* (Володимир Сосюра, I, 1857, 67). *Хто кохав життя ледаче, Непереливки тому* (Леонід Глібов, Вибр., 1857, 120). *Добра донька дуже кохала свого батька* (Михайло Коцюбинський, III, 1856, 8) [14, с. 313].

Ситуативи ЛЮБИТИ, КОХАТИ вербалізовані у численних синонімах, окремі з яких набули фразеологізації разом з правобічними синтаксемами *обоженувати*, *обожувати*, *боготворити*, *божествити*, *жалувати*, *улюбляти*, *дихати ким*, *чим*, *полюбляти* розм., *долюблювати* розм., *долюбляти* розм., *улюбляти* [влюбляти] розм., *навидіти* діал., *умирати* [вмирати], *пропадати за ким*, розм. (дуже сильно); *сохнути за ким*, розм. (страждаючи).

Слід зазначити, що лексема *кохати* тотожна лексемі *любити* у другому значенні згідно із СУМ: «виявляти глибоку сердечну прихильність до особи іншої статі». *Енея так вона любила, Що аж сама себе спалила* (Іван Котляревський, I, 1852, 86). *Мокрина довго любила його та все давала гарбузи своїм женихам* (Нечуй-Левицький, II, 1856, 249). У значенні «бути закоханим» вона виступає в таких прикладах. *Сиділа [дівчина] до самої ночі перед вікном і втирала Заплакані очі, Бо й вона таки любила; І страх як любила!* (Тарас Шевченко, II, 1853, 157). *Вміє розставатись той, хто вмів любить* (Максим Рильський, I, 1860, 129) [14, с. 562]. *Тобі дано і вірити й кохати. А що мені? Які такі куші?!* (Ліна Костенко «Маруся Чурай») [16].

Мотиваційною ознакою для дієслів *любити*, *кохати* послуговували, згідно з версіями Етимологічного словника української мови (далі – ЕСУМ), такі слова: д-інд **leubh* «жадати, збуджувати бажання», алб. *laps* «бажаю, жадаю», лат. *libet* «у мене є бажання», лит. *liaurpe* «похвала; похвальна пісня», і-с. **kos-/kes-* «чесати, скребти», лат. *comis* «ласкавий, послужливий», лит. *kakti* «досягати». Лексеми вказують на бажання суб'єкта до задоволення, що стало мотивом для дієслівних номінацій [1, с. 318].

Конситуаціями (ближньої периферії) є суміжні ситуації стану любові, які представлені цими двома лексемами, актуалізовані на ментальному рівні носіїв української мови та позначені в семантиці вищезгаданих дієслів: *обоженувати*, *обожувати*, *боготворити*, *божествити*, *жалувати*, *улюбляти*, *дихати*, *полюбляти*, *долюблювати*, *долюбляти*, *улюбляти* [влюбляти], *навидіти*, *умирати* [вмирати], *пропадати*, *сохнути*.

Приклад речення з вербативом *кохати* (*Коли вподобав Олену, бери Олену, а мені кожна невістка буде люба* [буду любити], *аби тебе кохала, мій сину* (Марко Вовчок, I, 1855, 51) [14, с. 562]) демонструє гештальтний тип мотивації з позитивним полюсом сенсорно-психологічної оцінки, адже тут механізм перенесення значення у дієслова *кохала* є когнітивно-метафоричним, оскільки мотиватором виявлення семантики кохання є знак *вподобав*, що належить до інших концептуальних сфер, а саме інтересу, радості. Саме мотивація дає змогу розмежувати в українській мові гіперо-гіпонімічні відношення (відтінки) у значеннях синонімічних лексем *любити*, *кохати*: 1) відчувати глибoku відданість, прив'язаність до кого-, чого-небудь; 2) почувати, виявляти глибoku сердечну прихильність до особи іншої статі.

Тотожність значень спостерігаємо зі словоформами з постфіксами *-ся*: *любитися*, *кохатися*. *Кохайтесь ж, любіться, Як серденько знає* (Тарас Шевченко, I, 1851, 49). [Сокуренько:] *Невже ви не знаєте, що ми з Оксаною любимося вже більше року? Ви ж самі, дивлячись на наше кохання, радувались* (Марко Кропивницький, I, 1858, 128). *Страшно. Увесь вік свій дівувати, Ні з ким не кохатись* (Тарас Шевченко, II, 1863, 164). *Сходились коло церкви, або десь у лісі, щоб стариня не знала, як кохаються діти ворожих родів* (Михайло Коцюбинський, II, 1855, 313). *Образно. *Кохаяся з лихом, привіту не знаю* (Пісні та романи українських поетів, II, 1856, 30). *Як будеш з правдою кохатись, то не будеш і паном зватися* (Українські народні прислів'я та приказки, 1855, 63) [14, с. 314].

Конситуації (ближньої периферії) виражені в супровідних вторинних позначеннях ситуатем *любити*, *кохати*. «Бути закоханим» – *Сиділа [дівчина] до самої ночі перед вікном і втирала Заплакані очі, Бо й вона таки любила; І страх як любила!* (Тарас Шевченко, II, 1853, 157). *Вміє розставатись той, хто вмів любити* (Максим Рильський, I, 1860, 129). У мовленні «бути в інтимних стосунках з особою іншої статі» – *Буржуа і кардинал Справляють свій останній бал <...> їм тільки б жити в пишних залах, Жінок любити, пити, гуляти* (Володимир Сосюра, I, 1857, 461). *Він любиться з молодлицями <...> я доведу, що він ходить до тої слинявої Насті* (Михайло Коцюбинський, I, 1855, 38). *Любилася я з моїм так, що швидко вже почала сподіватися на вагітність* (Юрій Яновський, II, 1858, 105) [14, с. 562].

Ближню периферію становлять конситуації, які перехреснюються з концептуальною сферою ІНТЕРЕС. «Мати інтерес, потяг до чого-небудь» – *Всі вони позивали робити влітку на полі, на вольному повітрі; всі любили хліборобство* (Нечуй-Левицький, II, 1856, 214). *Терентій любить пісню і сам уміє з душею співати* (Михайло Стельмах, I, 1862, 48). *Він любив завод і знав його досконало, до найменших деталей* (Вадим Собко, Біле полум'я, 1852, 100). *Я страшенно люблю читати, – казав я, – різні книжки* (Юрій Яновський, II, 1858, 70) [14, с. 562].

Розширені значення ситуатем *любити*, *кохати* також становлять поле ближньої периферії. «Високо цінувати що-небудь, віддавати перевагу чомусь»: *Добре жить Тому, чия душа і дума Добро навчилася любити!* (Тарас Шевченко, II, 1853, 189). *Світлий народе, в блакить ти прокладаєш путі <...> Як же мені не любить руки твої золоті!* (Володимир Сосюра, Близька далина, 1860, 7). *Я поспішаю на роботу <...> Я день люблю, бо день – це труд* (Микола Руденко, Поезії, 1849, 106). «Відчувати задоволення від чого-небудь»: *Не кажіть мені про*

те [найми], не люблю. Я й в мислі не мав такого (Михайло Коцюбинський, II, 1855, 17). [Платон:] *Я люблю складні операції. Хірург мусить бути озброєним* (Олександр Корнійчук, I, 1855, 98). *Люблю, коли в вікно розкриті шумлять безжурно дерева* (Володимир Сосюра, II, 1858, 143). *Він не любив, щоб хтось був свідком його хвилювань* (Яків Баш, Вибр., 1848, 121). «Мати нахил, пристрась до чого-небудь»: *Горпина не їла – вона змалку не любила молочної каші* (Панас Мирний, I, 1854, 291). *Сагайда <...> любить – заради розваги – всією н'ятірнею проводити Маковейчикові од лоба до підборіддя* (Олесь Гончар, III, 1859, 55) [14, с. 562].

Ближня периферія ситуатем *любити*, *кохати* представлена значеннями, що позначають емоцію з боку не тільки закоханості, але й товариської симпатії зі значенням «відчувати глибoku повагу, товариську відданість одне до одного»: *Пилипиха була це давня товаришка і приятелька нашої матері, і жили вони <...> добре, любилися* (Марко Вовчок, I, 1855, 183). «Добре ставитися одне до одного, шанувати, не кривдити одне одного»: *Чули заповідь господню: Всім любитися, А не рить другим безодню Та злюбитися!* (Павло Грабовський, I, 1859, 117). «Почувати одне до одного глибoku приязнь, викликану родинними зв'язками»: *Ми з братом щиро любилися зроду, змалку* (Марко Вовчок, I, 1855, 4). Рідше «бути до вподоби кому-небудь»: *Ненечка її Амата В душі своїй була строкаата: Не всякий її любився зять* (Іван Котляревський, I, 1852, 165) [14, с. 563].

Дальню периферію ситуатем *любити*, *кохати* демонструють фраземи, які більшою мірою пов'язані з душею, духом, тобто належать до міфологічної сфери розкриття свідомості: *душі не чути в кому; дух ронити за ким, рідко (виявляти закоханість до кого-небудь, намагаючись невідступно бути поряд), а також фраземи зорової концептуальної сфери: сліпма упадати за ким. Душі в доньці не чув, думав онуків за ручку водити, а тепер маєте* (Панч, 4, 1882, с. 131). *Мало коли й дома сидиш – як те перекопало, все гуляєш. Я за тобою й дух роню, а ти мене забуваєш* (Грінченко, 2, 1863, с. 368). *Парубки за нею сліпма упадають, а її тільки б жартувать!* (Карпенко-Карий, I, 1860, с. 187) [14, с. 562].

Ядро ситуатем *SZERET* в угорській мові представлено дієсловом *szeret*, що вказує на значення «людина відчуває любов до когось, рідше чогось»; ніжні почуття; прояв любові: *Oh Pistikám, szeresd, tiszteld, imádd* (Petőfi Sándor). *Hát itt hagynál minket, sok derék cselédet, Kik mint gyermekünket, úgy szeretünk téged?* (Arany János). Різновидом цього почуття є таке: «любити егоїстично, проявляти самолюбство, вигоду, власний інтерес»: *önző módon mindig csak a maga hasznát, a maga érdekeit keresi, önmagának igyekszik megszerezni az élet minden javát; Aki szeret, nem él hiába. / Új szívünk nőjön, Ne gyűlöljön, ne sértsen, Szeressen, csak szeressen* (Tóth Árpád) [18].

Ближню периферію становить ситуатема зі значенням «любити когось», а саме відчуттям закоханості, що вказує на отримання жаданого, того ідеалу, на який очікував/ла: *Én ugyan szeretlek* (Petőfi Sándor). *Téged szeretlek, Te vagy, akit vártam* (Ady Endre) [18].

Значення «перебувати в любові, відчувати почуття любові» з безгріховністю, відвертістю також належить до ближньої периферії: *Szeretni nem bűn. Őszintén, igazán szeret. Csak egyszer szeretett életében. / Jónás szeretett. Először életében igazán* (Eötvös József). *Ki szeret s párira nem találhat, | oly hontalan, | mint amilyen gyámoltalan | a vadállat* (József Attila) [18].

У простонародному стилі евфемізм зі значенням «любити/хотіти/бажати когось, мати любовний роман» теж перебуває у наближеній зоні до ядра: *Régen szereti, gyereke is van tőle* [18].

Доповнює ближню периферію значення «у комусь міститися те, за чим/ким (не)йдуть інші, (не)тягнуться, (не)наслідують»: *Szereti a nőket. Nem szeretik a lányok. / Szép legény volt Marci, szerették a lányok* (Petőfi Sándor). [*A zágoni lányok nem szeretik ám az olyan legényt, aki nagyon alvós [sokat alszik]* (Móra Ferenc) [18].

У зону ближньої периферії входить ситуаема зі значенням «любити когось, уподобати» (до вподоби, подобається): *Szereti a vidám embereket. Szereti a lírai költőket. / Szeret Oly költőt, aki versben szónokol!* (Arany János, Аристотель, переклад) *Szeretem Hervadva ha vágnak, a nőket* (Ady Endre) [18].

Ситуаема з експресивним забарвленням «любити когось з приємністю, із солодким відчуттям всередині, смакуючи, притягуючись, подобатися» оточують ядро аналізованого дієслова: *Szereti a kutyákat, a lovakat, szeret vmilyen ételt v. italt; szereti a szépet; szereti a zenét. Nem szereti a durva tréfákat. Főképp azt szeretem benne, hogy; Vegyetek, ki mit szeret! Nem tudni, mit szeret rajta.* У приказках: *Szereti, mint A kecske a kést. / [Az ősz] Tudja isten, hogy mi okból Szeretem? de szeretem* (Petőfi Sándor). *Fejét rázta Miklós, ahol nem szerette [a beszédei]* (Arany János). *Szeretem a beteg rózsákat <...> A sugaras, a bánatos Ősz-időket* (Ady Endre). *A cselédek kérem, nem is merik szeretni azt, amit szeretnek. Hát elhíthetik magukkal, hogy nem is jó az, ami jó* (Kosztolányi Dezső). Сюди ж входить фамільярний вираз у значенні «надати мені задоволення»: *Szeretem: örülök neki, hogy úgy van v. így történt, tetszik nekem; kedvemre való, helyesnek tartom. Ezt már szeretem!: ez igen, ez már teszi, ennek van értelme! Szeretem, hogy elmondtad. Őszinte voltál, ezt szeretem. / Olyan férfi vagy, minővel Szerettem,*

hogy közöm volt valaha (Arany János, Шекспір, переклад). *Őcsém te, ... de szeretem, hogy látlak* (Tolnai Lajos) [18].

Поширює зону периферії ситуаема зі значенням «особисто комусь подобається, виконувати щось із задоволенням, охоче й часто, звично»: *Nem szeret senkit se bántani. Nem szeretek vele vitatkozni. / Pfiuj! Nem szeretek én körmöltni* (Mikszáth Kálmán). *Korán szokott fölkelni, és szeret az ablakban állni, mert a reggeli levegő élető erejű* (Gárdonyi Géza). *Szeretem megcsókolni azt, Aki elmegey* (Ady Endre) [18].

Наповнює периферію простонародна структура зі значенням «із задоволенням залишитися, затриматися»: *Szeretsz Pesten? Nem szeretek itt. / Ott van a kis szülői házunk Hát nem szeretsz-e ottan?* (Jókai Mór) *Odafenn nem szeretél köztük* (Justh Zsigmond) [18].

Ситуаема з умовним способом зі значенням «хотіти чогось, до вподоби щось, бажати щось» також перебуває у зоні периферії: *Szeretne egy pontosan járó órát. Mit szeretnél születésnapodra?* [18].

Велика кількість віддієслівних/відінфінітивних іменників та прикметників, що походять від ядерного дієслова *szeret*, вказують на значення «мати свої бажання, бажання отримати щось, бажання бути в змозі зробити що-небудь»: *Az az óhajta, vágya, kívánsága, hogy csinálhasson vmit, v. történjék vele vmi. Szeretne jobb álláshoz jutni; szeretne utazgatni; szeretne világosabban látni, megérteni vmit; szeretném tudni: gyak. fenyegető számonkérésként: kíváncsi vagyok rá; (azt) szeretném én és látni; nem szeretnék a bőrében lenni. Szerette volna megcsókolni örömeben. / Lelkem múlatni szeretne Még veletek kedves hiveim* (Petőfi Sándor). *Szeretném magam megmutatni, Hogy látv. a lassanak* (Ady Endre). *Szeretném azt látni, hogy téged valaki ne hagyjon tanulni!* (Móricz Zsigmond) *Szeretné: azt kívánja v. követeli. Szeretném, ha ez többé nem fordulna elő! Szeretném, ha ezt tudomásul vennétek!* [18].

Таблиця 1

Значення дієслівних лексем на позначення любові в українській та угорській мовах

	Любити –кохати	Szeret
Ядро дієслова	<ul style="list-style-type: none"> – «Почувати, виявляти глибоку сердечну прихильність до особи іншої статі»; – «відчувати глибоку відданість, прив'язаність до кого-, чого-небудь»; – «відчувати сердечну прихильність до родинно близьких осіб (дітей, матері та інших)». 	<ul style="list-style-type: none"> – «Відчувати любов до когось, рідше чогось; ніжність»; – «любити егоїстично, або з вигодою»; – «любити, отримуючи користь».
Ближня периферія дієслова	<ul style="list-style-type: none"> – «Почувати, виявляти глибоку сердечну прихильність до особи іншої статі»; – «бути закоханим»; – «мати інтерес, потяг до чого-небудь»; – «бути в інтимних стосунках з особою іншої статі»; – «високо цінувати що-небудь, віддавати перевагу комусь»; – «відчувати задоволення від чого-небудь»; – «відчувати глибоку повагу, товариську відданість одне до одного»; – «добре ставитися одне до одного, шанувати, не кривдити одне одного»; – «почувати одне до одного глибоку приязнь, викликану родинними зв'язками»; – «бути до вподоби кому-небудь». 	<ul style="list-style-type: none"> – «Любити когось, тобто відчувати закоханість, отримувати жадане, той ідеал, на який очікував/ла»; – «переживати відчуття любові»; – «любити безгріховно, відверто»; – «любити/хотіти/бажати когось, мати любовний роман»; – «любити за те, що є або немає в інших, за чим/ким (не)йдуть інші, (не)тягнуться, (не)наслідують»; – «любити когось, уподобати»; – «любити когось з приємністю, із солодким відчуттям всередині, смакуючи»; – «отримувати задоволення»; – «подобатися комусь особисто, виконувати щось із задоволенням, охоче й часто, звично»; – «із задоволенням залишитися, затриматися»; – «хотіти чогось, мати до вподоби щось, бажати щось»; – «мати свої бажання, бажання отримати щось, бажання бути в змозі зробити що-небудь»; – «любитися/кохатися з кимось, мати любовний роман з кимось одруженням»; – «проявити ласку, поцілувати, розгорнути обійми, показати свою любов».
Дальня периферія дієслова	Фраземи, які більшою мірою пов'язані з душею, духом, тобто належать до міфологічної сфери, а також фраземи зорової концептуальної сфери.	Ідіоми зі вказівкою на місце любові в житті дітей, народу, можуть межувати із зацікавленістю.

Ситуаема SZERETKEZIK вказує на контакт із кимось («любитися/кохатися з кимось, мати любовний роман з кимось одруженим»): *A fű megint csókolta leányt, és a díványra hanyatlottak <...> szeretkeztek <...> buja szemérmertelenséggel* (Nagy Lajos) [18].

Застаріле значення, що передається ситуаемою «проявити ласку, поцілунок, розгорнути обійми, показати свою любов», виражене у такому прикладі: *Magyar ember nem szeret mások előtt szeretkőzni, még a feleségével sem* (Jókai Mór) [18].

Ідіоми зі вказівкою на місце любові в житті дітей, народу, із перенесенням на зацікавленість складають дальню периферію угорської ситуаеми SZERET: *Szeressük egymást gyerekek! (békességre, szeretetre való biztatás kifejezése: a béke, a szeretet a legfontosabb dolog a világon); szeret a mások háza előtt seperni szeret a mások dolgával, hibáival törődni, szívesen megszól másokat, noha ő sem jobb náluk; szerét ejti alkalmat, módot talál vmire (vminek)* [19].

Ядерні та периферійні значення дієслівних лексем на позначення любові в українській та угорській мовах представлені в табл. 1.

Аналіз зіставлення лексем *любити/кохати* в українській мові та *szeret* в угорській мові в лексикографічній та художній літературі засвідчив, що аналізовані лексеми мають більше розбіжностей, аніж схожих позначень як у якісних, так і в кількісних показниках. В українській мові лексико-семантичні позначення не фіксують внутрішніх негативних відчуттів стосовно любові чи морально-етичних заборон, а саме егоїзму, користі, любовного роману з одруженим/ою, також не вказують на насолоду в стані любові, бажання отримати щось. У позитивному сенсі лексичні позначення у двох аналізованих мовах демонструють прояв інтересу, зацікавленості у комусь, чомусь.

Висновки. Поліситуаційний аналіз дав змогу встановити тип мотивації для дієслів психоемоційного стану закоханості *любити/кохати*. Мотиваційною основою дієслівної семантики любові є змішаний тип мотивації, в якому перехрещуються модусний сенсорно-психологічний тип мотивації і гештальтний різновид асоціативно-термінальної мотивації з домінантною сублімованою (естетичної та етичної) позитивної оцінки. Метафоричними мотиваторами з позитивним модусом оцінки є гештальти зорових, смакових і міфологічних концептосфер в обох мовах.

У подальшому планується проаналізувати психоемоційні стани радості та суму суб'єкта як корелятив.

Література:

1. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / за ред. О.С. Мельничука. Київ : Наукова думка, 2012. Т. 6 : Р–Т. 586 с.
2. Изард К.Э. Психология эмоций / пер. с англ. В.В. Мисник, А.М. Татлыбаева. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 464 с.
3. Камзина С.Л. Поліситуаційний аналіз як метод описання семантико-дериваційних відношень всередині лексико-семантичної групи глаголів створення художественного образу. *Вестник Кемеровского государственного университета. Языкознание*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/polisituativnyy-analiz-kak-metod-opisaniya-semantiko-derivatsionnyh-otnosheniy-vnutri-leksiko-semanticheskoy-gruppy-glagolov> (дата звернення: 02.12.2020).
4. Королева Ю.В., Лебедева Н.Б. Ситуативний аналіз глагольної семантики як різновидність когнітивного підходу. *Сибирский филологический журнал*. 2004. № 3–4. С. 95–108.

5. Лебедева Н.Б. Поліситуативність глагольної семантики (на матеріалі російських префіксальних глаголів). Томск : изд-во Томского университета, 1899.
6. Лебедева Н.Б. Ситуаема и текст. *Человек – коммуникация – текст*. Вып. 4 / под ред. А.А. Чувакина. Барнаул : изд-во Алтайского университета, 2000. С. 183–187.
7. Лебедева Н.Б. Поліситуативний аналіз глагольної семантики / отв. ред. О.И. Блинова. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.
8. Лебедева Н.Б. Многослойность лексической семантики и ситуаема как полиситуативная структура. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. 2012. Вып. 63. № 5 (259). С. 92–97.
9. Небольсина М.С. Поліситуативний аналіз семантики глаголів в контексті когнітивних досліджень. *Вестник Барнаульского государственного педагогического университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2002. № 2. С. 8–13.
10. Небольсина М.С. Ситуаеми глаголів речі як одиниці поліситуативного описання мовної картини світу (на матеріалі російського і німецького мов). *Картина мира: модели, методы, концепты* : материалы Всероссийской междисциплинарной школы молодых ученых «Картина мира: язык, философия, наука» / под ред. З.И. Резановой. Томск : изд-во ТГУ, 2002. С. 71–74.
11. Небольсина М.С. Поліситуативний аналіз глаголів речевого впливу в ономазіологічному аспекті. *Вестник Барнаульского государственного педагогического университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2005. № 5. С. 120–125.
12. Селіванова О.О. Когнітивна концепція словотвірної мотивації. *Проблеми загального, германського та слов'янського мовознавства* : до 70-річчя професора В.В. Левицького. Чернівці : Книга XXI, 2008. С. 379–389.
13. Селіванова Е.А. Когнітивна ономазіологія. Київ : Фитосоциологический центр, 2000. 248 с.
14. Словник української мови : в 11 т. / за ред. І.К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1873. Т. 4 : І–М. 840 с.
15. Фразеологічний словник української мови : у 2 кн. / уклад. В.М. Білоноженко та ін. Київ : Наукова думка, 1893. Кн. 1. 528 с. Кн. 2. С. 529–980.
16. Фразеологічний словник. URL: <http://svitslova.com/idioms-dictionary.html>.
17. Ханикіна Н.В. Методика поліситуаційно-ономазіологічного аналізу мотивації дієслівної семантики фізичного і психічного станів суб'єкта. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія*. 2015. Т. 18. № 2. С. 185–202.
18. A magyar nyelv értelmező szótára. URL: <http://mek.oszk.hu/adatbazis/magyar-nyelv-ertelmezo-szotara/elolap.php> (дата звернення: 02.12.2020).
19. Magyar szalások közmondások adatbázisa. URL: https://baranyilaszlozolt.com/pciskola/TAMOP-4_2_5-09_Magyar_szalások_kozmondások_adatbazisa.pdf (дата звернення: 02.12.2020).

Sokolets I., Khanykina N. Motivational basis of verbs denoting psycho-emotional state of being in love/feeling affection in Ukrainian and Hungarian languages

Summary. The paper deals with the investigation of semantic, word-formational, cognitive, and onomasiological mechanisms denoting a person's physical and mental state of being in love/feeling affection, expressed by Ukrainian and Hungarian verbs.

The objectives of this research are the identification of the nature of motivational relations inherent in the onomasiological, cognitive, and semantic structure of verbs that denote a person's mental state of being in love/feeling affection, the analysis of the above-mentioned verbs from the stand-

point of cognitive onomasiology, and the identification of their motivational types in Ukrainian and Hungarian.

To achieve the aim of the study, we employed the poly-situational analysis, first described by N. Lebedeva and her disciples M. Nebolsyna, S. Kamzina, and others. Polysituational analysis allowed the authors to establish the zones of nuclear semantics and its periphery – inner, far, and outer – within the lexical-semantic group of verbs denoting a person's mental state, namely the state of being in love, in Ukrainian and Hungarian. The proposed research method is based on the concept which presents the verb as a poly-situational, poly-actional, and poly-propositional structure, which allows representing the verb semantics as a situatheme – a special structure that reflects the dynamics of the verb content.

The research procedure was aimed at determining the etymology of the verbs denoting a person's psycho-emotional

state of *being in love/feeling affection* in Ukrainian and Hungarian, and defining their asserthemes, as well as situathemes of inner, far, and outer peripheries, and a con-situation. The types of motivational bases for the verb semantics of “love” were established with the help of the poly-situational verb analysis and identification of the nuclear-peripheral zone of the situathemes.

The results of the research allowed us to identify the motivational types of a person's psycho-emotional state of *being in love/feeling affection* in Ukrainian and Hungarian, that is, mixed motivation, which combines modus and sensory-psychological types, and gestalt sub-type of the associative-terminal type of motivation with dominant sublimated (ethic and aesthetic) positive estimation.

Key words: assertheme, inner, far and outer periphery, con-situation, situatheme, situational-actional-propositional approach, poly-situational analysis.

Сологуб Л. В.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка

КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНІ ТА МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ ПЕРЕДМОВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ «ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ЧАЙНИКІВ»)

Анотація. Авторська передмова (*Preface*) як посередник між твором і адресатом належить до паратекстових елементів архітекtonіки друкованого чи електронного видання, прагматичною метою якого є залучення читача до рецепції тексту з наданням йому детальної інформації про генезу та організацію основного тексту. Проблема не була спеціальним об'єктом вивчення науковців, що зумовлює актуальність дослідження. У статті на основі теорії риторичних кроків Дж. Свейлза виокремлено шість риторичних кроків авторської передмови, які дають змогу адресантові створити та заповнити нішу на книжковому ринку та окреслити важливість своїх праць, визначено їх когнітивні та мовні особливості. Аналіз проведено на основі дванадцяти посібників з інформаційних технологій, бізнесу, природничих та гуманітарних наук. Аналіз досліджуваного матеріалу дав змогу виявити обов'язкові (визначення галузі, зазначення проблеми, визначення мети, опис частин книги, опис методології, опис графічно-видільних компонентів, визначення адресата) та факультативні (відомості про генезу книги, оцінка книги, посилання на додаткові джерела інформації, акцент на зворотній зв'язок) риторичні кроки. З'ясовано, що адресатом цього жанру є нефакіфець, людина, яка хоче набути теоретичного та практичного досвіду, що окреслює комунікативну мету жанру «література для чайників», якою є передача теоретичної та практичної інформації з адаптуванням її під рівень знань адресата. На основі аналізу робиться висновок про те, що авторська передмова «літератури для чайників» має чітко окреслені функціонально-сміслові, структурно-композиційні та мовні риси, які чітко підпорядковуються жорстким канонам жанру. З'ясовано, що використання меліоративної лексики, стереотипних формул, дієслівних форм, метафор, видільних елементів допомагає авторам передати експліцитно або імпліцитно мету повідомлення та примусити читача прочитати або не читати книгу.

Ключові слова: жанр, комунікативна мета, метафора, передмова, паратекст, риторичний крок.

Постановка проблеми. Авторська передмова (*Preface*) як посередник між твором і адресатом належить до паратекстових елементів архітекtonіки друкованого чи електронного видання, які, на думку французького лінгвіста Ж. Женетта, є «специфічним порогом, який читач обов'язково повинен переступити» [1, с. 18]. Прагматична функція передмови як мікрожанру «літератури для чайників» полягає в інформуванні читача про обставини написання тексту, етапи його створення, акцентуванні на основних моментах тексту, що залучає адресата до його рецепції. Саме передмови утворюють рамкові конструкції початку твору [2], що обумовлює їх діалектику, яка, на думку

Ж. Дерріди, полягає в тому, що передмова представляє адресатові текст, що є результатом минулого, а зовні цей текст пов'язаний з планом майбутнього [3]. Авторські передмови «літератури для чайників» до цього часу не потрапляли до уваги лінгвістів, що зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про інтерес науковців до цього мікрожанру свідчить чимала кількість праць, у яких проаналізовано характерні риси вступів у різних дискурсах, а саме науковому [4–7], академічному [8; 9] та жанрах [10; 11]. Зарубіжні лінгвісти, модифікуючи модель побудови вступів до сучасних анломовних статей Дж. Свейлза [6], розглядають сукупність певних риторичних кроків у передмовах, і такий підхід, на думку Т.В. Яхонтової, «дає змогу простежити та формалізувати конвенційну побудову змісту, зумовлену комунікативною спрямованістю жанру» [7, с. 129].

Метою статті є виокремлення основних риторичних кроків авторських передмов «літератури для чайників», визначення та аналіз їх когнітивних та мовних особливостей. Матеріалом для аналізу слугували 12 посібників з інформаційних технологій, бізнесу, природничих та гуманітарних наук.

Виклад основного матеріалу. В процесі аналізу було виявлено, що авторські передмови «літератури для чайників» мають невеликий обсяг (3–7 сторінок) і знаходяться у препозиції до основного тексту. Спираючись на теорію риторичних кроків Дж. Свейлза [6], ми виокремили такі складові частини.

Крок 1. Представлення книги.

1.1. Визначення галузі.

1.2. Зазначення проблеми.

1.3. Відомості про генезу книги.

1.4. Оцінка книги.

Крок 2. Визначення мети.

Крок 3. Структура книги.

3.1. Опис частин книги.

3.2. Опис методології.

3.3. Опис графічно-видільних компонентів.

Крок 4. Визначення адресата.

Крок 5. Посилання на додаткові джерела інформації.

Крок 6. Акцент на зворотній зв'язок.

Слід зазначити, що передмову створено за жорсткими канонами жанру, отже, основні риторичні кроки присутні в усіх працях. Висвітлення генези, оцінку книги, посилання на додаткові джерела та акцент на зворотній зв'язок ми виокремили в 4 з 12 книг, тому вважатимемо їх факультативними.

Розглянемо приклади використання риторичних кроків та проаналізуємо їх мовні та когнітивні особливості.

Приклад 1. Визначення галузі. Welcome to the amazing world of electronics!

Відомості про генезу твору. Ever since I was a kid, I've been fascinated with electronics. When I was about 10 years old, my dad bought me an electronic experimenter's kit from the local RadioShack store. I still have it. I have incredible memories of evenings spent with my dad, wiring together the sample circuits to make squawking police sirens, flashing lights, a radio receiver, and even a telegraph machine. **Визначення мети.** This book is an introduction to electronics. **Визначення адресата.** For people who have always been fascinated by electronics but didn't make a career out of it [12].

У вищенаведеному фрагменті присутні чотири риторичні кроки. Використання меліоративного прикметника у визначенні галузі *amazing* інтригує читача та спонукає прочитати книгу. В генезі твору автор описує свій досвід знайомства з електронікою (почав займатися нею з дитинства, на що вказують іменник *kid* та часовий маркер *10 years old* з відповідною семантикою). Дієслово в Present Perfect Continuous (*have been fascinating*) експліцитно передає тривалість дії. Саме в цьому риторичному кроці спостерігається надання адресантові статусу експерта, який може пояснити теорію і практику. Мета книги формується через мовне кліше *this book is*. Адресат твору визначається як нефахівець (*fascinated by electronics but didn't make a career of it*), що окреслює комунікативну мету жанру «література для чайників», якою є передача теоретичної та практичної інформації з адаптуванням її під рівень знань адресата.

Приклад 2. Визначення мети. By using the basics of fundamental and technical analyses, we show you how to minimize your risk, how to recognize when the market is ripe for a trade, when specific sectors in the market are the right places to be, how to figure out which phases economic and market cycles are in, and how to make the best use of all that knowledge [13]. Вживання інфінітивної конструкції *how to*, семантика якої формується як «проблема та її вирішення», дає змогу авторам надавати практичні поради щодо ведення торгівлі.

У наступних прикладах (3, 4) автори використовують метафору, звертаючись до особистого досвіду читача, для промоції своєї книги. **Визначення галузі.** What makes biology so great is that it allows you to explore the interconnectedness of the world's organisms and really understand that living beings are works of art and machines rolled into one [14]. **Заклик до прочитання книги.** If information is power, this book is like a gigantic supervitamin [15].

Приклад 5. Зазначення проблеми. If you are beginning to use Linux, what you need is a practical guide that not only gets you going with the installation and setup of Linux, but also shows you how to use Linux for a specific task, such as setting up a Web server or developing software [16]. У вищенаведеному прикладі автор за допомогою прийому дедукції та використання протиставної конструкції *not only ... but also* починає із загальної дії (встановлення Linux) і переходить до конкретних наслідків (використання програми для визначених завдань). Звертання до адресата через вживання особового займенника *you* сприяє інтимізації адресанта й адресата, формуючи контакт із читачкою аудиторією.

Приклад 6. Оцінка книги. Best of all, this book highlights ways to get the most from your money, but it also helps you decide where your priorities lie when it comes to your finances, and gives you the facts up front and honestly. Think of *Personal Finance &*

Investing All-in-One For Dummies as your first great investment [17]. В оцінці книги переважає меліоративна оцінка. Засобом такої оцінки є прислівник у вищому ступені *best*, прислівники манери *up front*, *honestly*, прикметник *great*. В іншому прикладі (7) ми спостерігаємо порівняння книги з іншими книгами та наголошення на її відмінності від інших праць та унікальності. Unlike most books on the topic, this one starts right at the beginning by showing you what makes Python different from other languages and how it can help you perform useful work in a job other than programming [18]. Цей риторичний крок має промоційний характер, виступаючи імпліцитним закликом до адресата прочитати книгу та набутти необхідного досвіду.

Структура книги ("How This Book Is Organized") представлена мовними кліше *this book focuses/introduces; I've organized this book into five parts and three appendixes; this book is conveniently divided into six parts* та містить анотування розділів книги, де в конденсованій формі подано головний зміст розділу, що готує читача до сприйняття цього змісту та налаштування його на певні очікування [7, с. 263].

Приклад 8. How This Book Is Organized.

This book is divided into seven minibooks, with several chapters in each minibook. The content in the book ranges from HTML to CSS to Java Script to PHP to MySQL and many points in between.

Book 1: Getting Started with PHP and MySQL

Book 1 looks at the technologies involved in sending a web page over the Internet. More specifically, in Book 1, you learn how to install software to send web pages, how to install PHP to program web pages, and how to set up MySQL to provide data.

Book 2: HTML and CSS

In Book 2, you learn about the two primary languages of the web, HTML and CSS. You learn how to create a web page with HTML and style it to look a bit nicer with CSS.

Book 6: Web Applications

Book 6 puts all that information from the previous five books to good use to create web services, validate web forms, and set up a members-only website.

Book 7: PHP and Templates

Book 7 wraps up the book with some additional configuration options for PHP and also shows how to build a templating system using PHP [19].

В анотаціях ми спостерігаємо використання стереотипних формул (*book looks at/puts/wraps up*). Дієслова в Present Simple позначають дію, не обмежену часовими рамками. Використання різних шрифтів (жирного та курсиву в назві частини та звичайного в анотації) допомагає розмежувати складові частини структури та зосередити увагу читача на поданій інформації.

Опис методології допомагає адресату зрозуміти процес та форми опанування інформації, поданої у книзі. Розглянемо наступний приклад (9).

Where to Go from Here

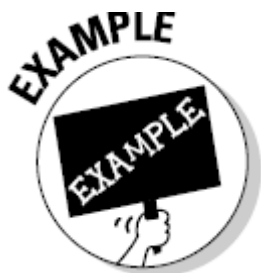
A great thing about this book is that you can start with Chapter 1 and read to the end, but that's not required. The parts are organized so that you can jump in any place you want. Not sure what you're looking for? Part I is a good place to get a general feel for history. The table of contents and index, along with the part summaries in the earlier section "How This Book Is Organized", should get you to the place you need [20].

Використання модальних дієслів *can* і *should* у сполученні з повнозначними дієсловами допомагає автору виразити

непряме спонукання читача до мисленнєвої дії. Питальна конструкція привертає увагу читача, інтригує його та змушує прочитати книгу.

Піктограми як художні елементи візуальної інформації допомагають адресантові привернути увагу адресата до окремих фрагментів повідомлення. В «літературі для чайників» використовуються ці візуальні елементи, значення яких пояснюється у передмові.

Icons Used in This Book



When you see this icon, you know you'll be getting a real-world illustration of a language teaching idea or situation to help you grasp what's going on.



This icon draws attention to points you should try to lodge in your memory [21].

Посилання на додаткові джерела інформації містять онлайн- та офлайн-ресурси, де читач може ознайомитися з додатковою літературою з певного питання. *In addition to what you are reading right now, this product comes with a free access-anywhere Cheat Sheet that presents a selected list of R functions and describes what they do. To get this Cheat Sheet, visit www.dummies.com and type **Statistical Analysis with R For Dummies Cheat Sheet** in the search box.* У цьому прикладі детально описано етапи отримання додаткового джерела. Такий крок посилює солідарність автора та читача, підкреслюючи той факт, що автор є наставником, другом читача, який готовий йому допомогти отримати потрібну інформацію.

Останній риторичний крок – це акцент на зворотній зв'язок, який закликає читача висловити свої враження та критичні зауваження стосовно книги. На цьому етапі відбувається асинхронна комунікація, коли автор і читач, розділені часом та простором, можуть обмінюватися інформацією. *We also hope you share with us your success stories and accomplishments, and what you've found helpful in this book. Feel free to e-mail us directly at DrSmith@personalbestconsulting.com and DrKays@athleticmindinstitute.com.* Саме електронне спілкування завдяки високому ступеню інтерактивності віртуального та ініціації надає унікальні можливості створення солідарних відносин між автором і читачем.

Висновки. Таким чином, авторська передмова «літератури для чайників» має чітко окреслені функціонально-сміслові, структурно-композиційні та мовні риси, які чітко підпорядковуються жорстким канонам жанру. Використання меліоративної лексики, стереотипних формул, дієслівних форм, метафор, видільних елементів допомагає авторам передати мету повідомлення. У перспективі планується дослідження промоційних анотацій «літератури для чайників», зокрема їх функціонально-сміслової організації.

Література:

1. Genette G. Paratexts: thresholds of interpretation. Cambridge : Cambridge University Press, 1997. 427 p.
2. Меламедова Е.А. Паратекстовые элементы в англоязычной научной и научно-популярной литературе : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04. «Германские языки». Самара, 2009. 181 с.
3. Derrida J. Dissemination. Chicago : University of Chicago Press, 1990. 324 p.
4. Bhatia V.K. Genre-mixing in Academic Introductions. *English for Specific Purposes*. 1997. Issue 16 (3). P. 181–195.
5. Dudley-Evans T. Genre Analysis: An Investigation of the Introduction and Discussion Sections of MSc Dissertations. LSU : University of Aston, 1986.
6. Swales J.M. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings. Cambridge : Cambridge University Press, 1990. 260 p.
7. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генологія наукової комунікації : монографія. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 420 с.
8. Azar A. The Self-promotion of Academic Textbooks in the Preface Sections: A Genre Analysis. *Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies*. 2012. Vol. 34. P. 147–165.
9. Kuhl D. An Analysis of the Move Structure of Textbook Prefaces. *The Asian ESP Journal*. 2008. Vol. 4 (2). P. 63–78.
10. Викулова Л.Г. Паратекст французской литературной сказки: прагматингвистический аспект : автореф. дисс. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.05 «Романские языки». Иркутск, 2001.
11. Годісь Ю.Я. Комунікативно-когнітивні засади мотиваційного жанру «мистецтво успіху» (на матеріалі англійських тестів) : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 ; Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2019. 253 с.
12. Lowe D. Electronics All-in-One For Dummies. New Jersey : John Wiley & Sons, New Jersey, 2012. 842 p.
13. Griffin M., Epstein L. Trading For Dummies. 2nd ed. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, 2009. 366 p.
14. Kratz R.F., Siegfried D.R. Biology For Dummies, 2nd ed. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, 2010. 366 p.
15. Benna T. Managing Your Money All-in-One For Dummies. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, 2009. 671 p.
16. Barkakati N. Linux All-in-One Desk Reference For Dummies. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, 2006. 803 p.
17. Bien M. Personal Finance & Investing All-in One For Dummies. John Wiley & Sons, New Jersey, 2007. 578 p.
18. Mueller J.P. Beginning Programming with Python For Dummies. 2nd ed. John Wiley & Sons, New Jersey, 2018. 411 p.
19. Suehring S., Valade J. PHP, MySQL, JavaScript & HTML 5 All-in-One For Dummies. John Wiley & Sons, New Jersey, 2013. 692 p.
20. Haugen P. World History For Dummies. 2nd ed. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, 2009. 384 p.
21. Maxom M. Teaching English as a Foreign Language For Dummies. John Wiley & Sons, New Jersey, 2009. 376 p.
22. Schuller J. Statistical Analysis with R For Dummies. John Wiley & Sons, New Jersey, 2017. 438 p.
23. Smith L.H., Kays T. M. Sports Psychology For Dummies. John Wiley & Sons, New Jersey, 2010. 334 p.

Solohub L. Cognitive-rhetoric and language features of authors' introductions (based on English "literature for dummies")

Summary. Author's preface as the mediator between the text and the author is defined as a paratextual element of architecture of printed or electronic texts. The pragmatic aim of this microgenre is to make a reader analyze information while being given the details about the genesis and the organization of the main text. The problem has not been an area of research, which points out its topicality. Using a move structure analysis presented by Swales (1990) six moves were identified to account for the different rhetorical purposes employed by authors of preface section in the "literature for dummies" to create a niche on the book market and establish the importance of their books; their cognitive and language features are recognized. The material for study contains twelve textbooks in the fields of information technologies, business, Humanities and Sciences. The analysis of the data gives us the opportu-

nity to define obligatory (establishing the field of the work, indicating the problem, specifying the aim, describing chapters, explaining the methodology, describing visual elements) and optional (explaining the genesis of the book, evaluating the work, referring to additional sources of information, emphasizing on feedback) moves. It is pointed out that an addressee is a non-specialist ("dummy"), a person who is eager to gain theoretical and practical experience, which shows that the communicative aim of this microgenre is to pass the information, adapting it to the addressee's knowledge. Analyzing the data, the author makes a conclusion that the author's preface has its defined functional-cognitive, structural and cognitive features. It is stated that using positive lexis, language clichés, verb forms, metaphors and graphical elements helps the authors to express the message in an explicit or implicit manner, thus forcing an addressee to read or not to read a book.

Key words: genre, communicative aim, metaphor, paratext, preface, rhetoric move.

Soroka T. V.,
Ph. D. in Philology,
Associate Professor at the Department of the English Philology
Izmail State University of Humanities

DICTIONARY ENTRY AS A MEANS OF EXPLICIT EXPRESSIVENESS OF AN AXIOMEN SEMANTIC STRUCTURE

Summary. The purpose of the article is to justify the role of explanatory dictionaries CYM, OED and DLF that form the empirical basis for investigating the lexical semantics of nouns denoting values. The analysis of lexicographic resources has contributed to the collection of language research material, and the definitive analysis has helped in the study of lexical meanings of nouns denoting values, which is reflected in their dictionary interpretations. In explanatory dictionaries, system connections of lexical units are objectified, since the definition of the meanings of some words is carried out by using other words of the same language that are semantically related to the former ones. In the process of lexicographic processing language semantics of nouns for the designation of values in Ukrainian, English and French, the main thing is to determine the volume of lexical meanings of register words, which is accompanied by the study of their system dependencies and the establishment of a place among other homogeneous register units. The conventionality of the relationship between the form and content of language signs denoting values overlaps with the systemic and structural motivation of the expression plan and the content plan. The development of a dictionary article in lexicographic resources of an explanatory nature occurs on the basis of three main characteristics: dictionary definitions (the actual paradigmatic part of the dictionary entry), illustrative material (its syntagmatic part), and a system of marks. The structure of dictionary entries of axionomens is determined by the volume and qualitative specifics of the individual lexical meaning synthesized on the basis of complexes of micro-structural relations. Depending on this, dictionary entries of various complexity divide the lexical meanings of polysemantic axionomens into rubrics and sub-rubrics (shades of meanings), which in turn are formed from formulas of interpretation. In three dictionaries, the division into rubrics is equally numbered, and the selection of sub-rubrics is carried out by their individual designation.

Key words: registry word, explanatory dictionary, axionomen, definition analysis, interpretation formulae, lexical semantics.

Problem statement. Recently, in Ukrainian linguistics, there has been an activation of formalized researches of system and structural features of lexical semantics in order to conduct its multidimensional parameterization, based on the principles of matrix representation of semantic relations between language units denoting the realities of the world picture. Following the general tendency, the vocabulary of the modern Ukrainian, English and French languages is considered as a system, an integral organization with interconnected and interdependent areas, which, in turn, have specific properties, but are subject to the laws of the existence of this integrity.

The terms *system* and *structure* in the modern Russian and Ukrainian linguistic literature are different. Definitions

of the system and structure are distinguished in Russian linguistic works as follows: if the system is a set of elements connected by certain relations, then the structure is a type of these relations, a way of organizing the system. If we know the structure of the system (subsystems, their internal structure and the type of connection between their elements), we can say that we know the structure of the system itself [10, p. 452–454]. In Ukrainian linguistics, the concepts of system and structure are interpreted as inseparable components of the object of language: the structure and system of language – two aspects of an objectively unified relationship between language, which is considered as an organized set of components and elements, and these components and elements [11, p. 319]. We adhere to the definitions of the considered terms in the interpretation of O. S. Melnichuk: a *system* in a language is understood as a set of interrelated, mutually-conditioned elements that form a more complex unity, considered by the elements – its parts, and a *structure* – the composition and internal organization of a single whole, considered in terms of its integrity [11, p. 607].

The system and structure of the Ukrainian, English and French literary languages are more naturally and voluminously represented by explanatory dictionaries, which are the most complete banks of information about language units [6, p. 19] and act as snapshots of constantly updated and moving language [1, p. 8]. In the dictionaries used in the study [12; 13; 14], as in the process of using language, phonology, morphology and word formation are not allocated to autonomous systems or subsystems, but act as a complex form of expressing the content of lexical units.

Lexicographic practice of compiling explanatory dictionaries aimed researchers at studying the lexical meaning of a word not as an isolated, but as an organically combined element of the language system. Accordingly, such authoritative explanatory dictionaries as CYM, OED and DLF allow us to analyze the linguistic means of their expressions in terms of semantic components [3]. Determining the lexical meanings of words as facts of language is carried out by lexicographers by studying texts as the results of human speech activity. Determination of lexical meanings of words as facts of language is carried out by lexicographers by studying texts as results of human speech activity. Thus, nouns for denoting values in an explanatory Dictionary combine the form of expression and content. The form of a word is a multi-faceted phenomenon, thanks to which the lexical meaning manifests itself in its entirety.

Analysis of recent researches and publications. The general scientific basis of the work is the principle of anthropocentrism, which is understood in the projection on ethnocentrism, expansionism and explanatorism. The study uses general scientific methods (analysis, synthesis, induction and deduction), which are supplemented with special linguistic methods. Thus, the analysis of lex-

icographic resources has contributed to the collection of language research material, and the definitive analysis has helped in the study of lexical meanings of nouns denoting values, which is reflected in their dictionary interpretations.

In a number of articles devoted to the characteristics of lexical-semantic groupings of axionomens¹ [4; 5], the results of scientific research of words with the highest, average degree of polysemy and monosemic lexemes, which qualify as value-determined register units of lexicographic resources of an explanatory nature, have been presented. In this regard, the need to resolve the issue of disclosing the principles of definitive analysis and the nature of the relations of axionomens of various degrees of polysemy determines the relevance of the stated problem.

The purpose of the article is to substantiate the role of explanatory dictionaries that form an empirical basis for studying the lexical semantics of nouns designating values. Achieving the goal involves solving the following tasks: 1) to reveal the essence of the dictionary article from the point of view of its main characteristics; 2) to establish the practical significance of definitive analysis as a formalized basis for the study of Ukrainian, English and French axionomens.

Presentation of main material. In explanatory dictionaries, system connections of lexical units are objectified, since the definition of the meanings of some words is carried out by using other words of the same language that are semantically related to the former ones.

In the process of lexicographic processing language semantics of nouns for the designation of values in three languages, the main thing is to determine the volume of lexical meanings of register words, which is accompanied by the study of their system dependencies and the establishment of a place among other homogeneous register units. System dependencies, indicating the place and delineating the boundaries of the individual meaning assigned to the register word, notes M.M. Peshchak, are interpreted by a rich but almost foreseeable arsenal of structural schemes for organizing dictionary entries [2, p. 11]. In the scientific work, we proceed from the fact that the studied vocabulary, acting in the dictionary as value-conditioned register words of Ukrainian, English and French, is distinguished on the basis of lexicographic parameters that are fully determined by the type of dictionary – CYM, OED and DLF.

The explanatory dictionaries are used as a source base for factual material. The definitions of the researched words in CYM, OED i DLF serve as the basis for describing their meanings, where each individual interpretation represents one of the axionomen meaning. So, the analyzed lexical unit, which corresponds to N-interpretations in the dictionary, is characterized as N-significants. The left part of the dictionary article contains what is known before defining, while the right part in a dissected form contains what becomes known after defining. In this case, the left part represents the form (the expression plan) of the word, and the right part represents its lexical meaning (the content plan). Both the expression plan and the content plan appear as multicomponent and complex system-structural units, but this complexity is so simply described that the user of the dictionary hasn't misunderstandings that would relate to the unity of the lexicographic word as a language sign

[2, p. 15]. The conventionality of the relationship between the form and content of language signs denoting values overlaps with the systemic and structural motivation of the expression plan and the content plan. A dictionary article is a complex of formal features with a specific structure, from which no part can be removed or to which no part can be added, so as not to change other parts and cause a general regrouping [7, p. 204]. In addition, the lexical meaning of a word itself is determined not only as its direct (or indirect) correlation with a specific (or abstract) object. The meaning of the word reflects both general subject-logical connections, and relations with the lexical meanings of other words of this (or approximate) lexical paradigm, and the limits of lexical compatibility, and the nature of lexical-grammatical attribution (that is why dictionaries indicate the part of speech to which a certain word belongs, as well as general formal-categorical meanings) and the emotional-expressive properties inherent in the word [9, p. 126].

The development of a dictionary entry in lexicographic resources of an explanatory nature occurs on the basis of three main characteristics: dictionary definitions (the actual paradigmatic part of the dictionary article), illustrative material (its syntagmatic part), and a system of marks. When studying lexical units for the designation of values, we take into account these indicators.

The structure of dictionary entries of axionomens is determined by the volume and qualitative specifics of the individual lexical meaning synthesized on the basis of complexes of micro-structural relations. Depending on this, dictionary entries of various complexity divide the lexical meanings of polysemantic axionomens into rubrics and sub-rubrics (shades of meanings), which in turn are formed from formulas of interpretation. In three dictionaries, the division into rubrics is equally numbered, and the selection of sub-rubrics is carried out by their individual designation.

1) *In CYM – by slashes: життя, -я, с.* 1. Вища форма існування матерії, найхарактернішими рисами якої є обмін речовин, самооновлення, самовідтворення. // Існування всього живого; прот. смерть. 2. Стан живого організму в стадії розвитку, зросту. 3. Період існування кого-небудь; вік. // Все пережите, зроблене людиною за час її існування; біографія. 4. Спосіб існування кого-небудь. 5. Жива істота. 6. *перен.* Про щось дороге, необхідне, важливе. 7. Прояв фізичних і духовних сил живих істот. 8. Пожвавлення, рух, посилення діяльності живих істот. 9. Сукупність явищ, що характеризують існування, визначають розвиток чого-небудь. 10. Те, що реально існує; дійсність.

2) *In OED – by squares: life – n (pl. lives) 1. [mass noun]* The condition that distinguishes animals and plants from inorganic matter, including the capacity for growth, reproduction, functional activity, and continual change preceding death. – living things and their activity. 2. The existence of an individual human being or animal. – [with adjective or noun modifier] A particular type or aspect of human existence. – A biography. – (in Christianity and some other religious traditions) either of the two states of a person's existence separated by death. – (in Hinduism and some other religious traditions) any of a number of successive existences in which a soul is held to be reincarnated. – A chance to live after narrowly escaping death (with reference to the nine lives traditionally attributed to cats). – (in various games) one of a specified number of chances each player has before being put out. 3. (usually one's life) The period between the birth and death of a living thing, especially a human being. – The period during which something inani-

¹ *Axionomen* (from the Greek αξία – “value” and Latin nomen – “name, denomination, appellation, designation”) is a working term introduced into scientific use by the author (Soroka T.V.) to denote philosophical, world outlook, scientific, social, political, moral, religious, legal, aesthetic values.

mate or abstract continues to exist, function, or be valid. – *informal* [*mass noun*] A sentence of imprisonment for life. 4. Vitality, vigour, or energy. 5. [*mass noun*] (in art) the depiction of a subject from a real model, rather than from an artist's imagination.

3) In DFL – by capital letters: **vie** – n.f. (latin *vita*) **A.I.1.** Ensemble des phénomènes (nutrition, assimilation, croissance, reproduction) communs aux êtres organisés et qui constituent leur mode d'activité propre, de la naissance à la mort. **2.** Fait de vivre, existence humaine. – **Relig.** Bonheur éternel des élus après la mort. 3. Entraînement, vitalité manifestés dans tous les comportements. **A.II.1.** Existence humaine considérée dans sa durée; ensemble des événements qui se succèdent dans cette existence. **2.** Manière de vivre propre à qqn ou à un groupe. **3.** Ensemble des activités de qqn dans un domaine spécifique. **4.** Ensemble des moyens matériels (aliments, argent, etc.) nécessaires pour assurer l'existence de qqn. **5.** Condition humaine, monde des humains. **6.** Biographie, histoire de qqn. **B.1.** Mouvement, dynamisme, élan, vitalité qui caractérisent quelqu'un, une action, une œuvre, animent un lieu. **2.** Ensemble des activités, des situations, des relations entre personnes qui marquent l'existence et le fonctionnement d'un secteur, d'un groupe. **3.** Existence, dans le temps, des choses soumises à une évolution.

The analysis of the lexicographic representation of the studied language units has shown that one dictionary entry intersecting with others forms certain groupings with them, which at the lexical level form synonymous rows. There is also an intersection of one dictionary entry with another one, and further that one with another one, but different from the first one by formal features [8, p. 20–21].

Formulas of interpretation, their relationship within the same rubric and between rubrics form the essence of the structure of the explanatory part, and the features of the design of the register unit and its relationship with the explanatory part form the structure of the dictionary article.

In dictionary entries of monosemantic Ukrainian, English, and French register axionemes, there is no rubrication, and the difference in the volume of their lexical meanings is conveyed by detailing the interpretation. Compare: **Ukr.:** *ввічливість* (увічливість), -вості, ж. Властивість за знач. ввічливий, *консенсус*, -у, ч. Відсутність у сторін, що домовляються, заперечень проти пропозицій, висунутих під час переговорів; **Eng.:** *politeness* (noun) The act of showing regard for others, *consensus* (noun) General agreement among a group of people; **Fr.:** *civilité* n.f. (latin *civilitas*, -atis) Observation des convenances en usage chez les gens qui vivent en société, *consensus* n.m. (latin *consensus*, accord) Accord et consentement du plus grand nombre, de l'opinion publique.

These examples show that in unambiguous axionemes, formal features refer to the undifferentiated lexical meaning of a register unit, so no matter how many of them there are in a dictionary entry, each appears only once.

The dictionary entry is a group in which formal features are strictly organized. The number of formal features depends on the degree of polysemy of the register word: the richer the polysemy, the more grounds for a variety of formal features of the dictionary article. Thus, the stylistic properties of the lexical meaning of a register unit and its shades are presented in the form of remarks, for example: **Ukr.:** *добро*: **2.** у знач. присудок. сл. (=у значенні присудкового слова) Про задоволення, що його хто-небудь відчуває від певного становища, певних обставин і т. ін., **4.** ірон. (=іронічне слово). Про щось погане, недоброякісне, незначне і т. ін., *мур*: **II.4.** *заст.* (=застаріле слово) Життя мирян; світське

життя, на протилежність монастирському, *мораль*: **3.** розм. (=розмовне слово) Повчання, настанови, поради; **Eng.:** *law*: **1.** – (the law) *informal* (=in informal speech) The police, *art*: **15.** *archaic* (=archaic word) Science, learning, or scholarship, *spirit*: **1.** – *short for* (short word for smth.) Holy Spirit; **Fr.:** *amour*: **III.** – *pl.* (=pluriel) Suisse. Dernières gouttes d'une bouteille de vin, *vie*: **A.II.4.** – *Fam.* (=familier) *Faire la vie*. **a.** S'adonner, souvent avec excès, à tous les plaisirs. **b.** Être insupportable, *liberté*: **V.2.** – *Fig.* (=figuré) *Prendre des libertés avec un texte*, ne pas le citer (ou le traduire, etc.) exactement.

Other physically-expressed signs of axionemes are terminologized and indicate the scope of its use. So, directly before the formula of interpretation in dictionary entries, one can get along with the abbreviations or full names of doctrines, theories, branches of knowledge or occupations, such as: **Ukr.:** *іст.* (=історія) *воля*: звільнення селян від кріпацтва, *мат.* (=математика) *порядок*: числова характеристика багатьох математичних об'єктів; **Eng.:** *Mathematics*. *space*: a mathematical concept regarded as a geometric set of points governed by axioms, *Botany*. *style*: flower part, *Christianity*. *soul*: the spiritual part of a person, capable of redemption from the power of sin through divine grace; **Fr.:** *Géométrie*. *espace*: ensemble des points dont la position est définie par trois coordonnées, *Sports*. **2.** *droit* n.m. (lat. *directum*, ce qui est droit): **1.** Pied ou poing droit, **2.** Coup porté avec le poing droit, en boxe.

Conclusions. The presented issues concerning the role of explanatory dictionaries that form the empirical basis for investigating the lexical semantics of nouns denoting values stress that the dictionary entry contains a set of formal features that help to identify and characterize both well-known, national features of words, and their national-language specifics, and discard random features that appear in certain contexts. Since a dictionary entry acts as a tool for interpreting the lexical meaning of a register unit, its intersection with other but distinctive formal features makes it possible to formalize the relationship between lexical meanings in the language system.

The prospect of research is to analyze language objectivization of Ukrainian, English and French cultural axiological categories presented with words denoting philosophical, world outlook, scientific, social, political, moral, religious, legal, aesthetic values in comparative typological analysis.

References:

1. Апресян Ю.Д. Прагматическая информация для толкового словаря. *Интегральное описание языка и системная лексикография* : избранные труды. Москва : Языки русской культуры, 1995. Т. 2. С. 135–154.
2. Пещак М.М. Специфика формальных признаков лексикографической обработки слова. *Формализованные основы семантической классификации лексики*. Киев : Наукова думка, 1982. С. 10–55.
3. Скороходько Э.Ф. Семантические сети и автоматическая обработка текста. Киев : Научная мысль, 1983. 218 с.
4. Сорока Т.В. Матричне представлення аксіономів із середнім ступенем полісемії (на матеріалі сучасної української мови). *Мова і культура*. 2013. Вип. 16. Т. III (165). С. 167–175.
5. Сорока Т.В. Особливості системного співвідношення українських та англійських аксіономів. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2016. Вип. 14. С. 197–207.
6. Фабіан М.П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах : монографія. Ужгород : Інформаційно-видавниче агентство «ІВА», 1998. 255 с.

7. Фабіан М.П. Застосування процедури формалізованого аналізу лексичної семантики в зіставних дослідженнях. *Проблеми зіставної семантики*. 2011. Вип. 10. Ч. I. С. 202–207.
8. Клименко Н.Ф., Пещак М.М., Савченко І.Ф. Формалізовані основи семантичної класифікації лексики. Київ : Наукова думка, 1982. 250 с.
9. Шхапацева М.Х. К вопросу о лексическом значении слова. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение*. 2014. Вип. 1. С. 121–127.
10. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
11. Українська мова: енциклопедія / за ред. В.М. Русанівського, О.О. Тараненка. Київ : Українська енциклопедія, 2000. 752 с.
12. СУМ – Словник української мови : у 11 т. / ред. І.К. Білодід та ін. Київ : Наукова думка. Т. 1. 1970. 799 с.; Т. 2. 1971. 550 с.; Т. 3. 1972. 744 с.; Т. 4. 1973. 840 с.; Т. 5. 1974. 840 с.; Т. 6. 1975. 832 с.; Т. 7. 1976. 723 с.; Т. 8. 1977. 927 с.; Т. 9. 1978. 916 с.; Т. 10. 1979. 658 с.; Т. 11. 1980. 699 с.
13. DLF – Grand Larousse de la Langue Française : en 7 vol. / sous la direction de L. Gilbert, R. Lagane, G. Niobey, avec le concours de H. Bonnard, L. Casati, A. Lerond. Paris : Larousse, 1986. 6528 p.
14. OED – Oxford English Dictionary : in 12 vol. / chief ed. J. Murray. London : Oxford University Press, 1963. V. I. 1240 p.; V. II. 1308 p.; V. III. 488 p.; V. IV. 532 p.; V. V. 758 p.; V. VI. 820 p.; V. VII. 1216 p.; V. VIII. 936 p.; V. IX. 386 p.; V. X. 396 p.; V. XI. 493 p.; V. XII. 105 p.

Сорока Т. В. Словникова стаття як засіб експліцитного вираження семантичної структури аксіономена

Анотація. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні ролі тлумачних словників (СУМ, OED і DLF), що утворюють емпіричну базу для вивчення лексичної семантики іменників на позначення цінностей. Аналіз лексикографічних джерел сприяв збору мовного матеріалу дослідження, а дефініційний аналіз допоміг у вивченні лексичних значень іменників на позначення цінностей, що відображено

в їхніх словникових тлумаченнях. В тлумачних словниках об'єктивуються системні зв'язки лексичних одиниць, оскільки визначення значень одних слів здійснюється за допомогою інших слів тієї самої мови, семантично пов'язаних з першими. В процесі лексикографічної обробки мовної семантики іменників на позначення цінностей в українській, англійській та французькій мовах основним є визначення обсягу лексичних значень реєстрових слів, яке супроводжується дослідженням їх системних залежностей та встановленням місця серед інших однорідних реєстрових одиниць. Конвенціональність зв'язку між формою і змістом мовних знаків на позначення цінностей перекривається системною та структурною вмотивованістю плану вираження й плану змісту. Розгортання словникової статті в лексикографічних джерелах тлумачного характеру відбувається на основі трьох основних характеристик, а саме словникових дефініцій (власне парадигматичної частини словникової статті), ілюстративного матеріалу (її синтагматичної частини) та системи позначок. Будова словникових статей аксіономенів обумовлена обсягом і якісною специфікою синтезованого на основі комплексів мікроструктурних відношень індивідуального лексичного значення. Залежно від цього словникові статті найрізноманітнішої складності розбивають лексичні значення полісемантичних аксіономенів на рубрики й підрубрики (відтінки значень), які утворюються з формул тлумачення. В трьох словниках розбивка на рубрики однаково нумерується, а виділення підрубрик здійснюється шляхом їх індивідуального позначення. Аналіз лексикографічного представлення досліджуваних мовних одиниць показав, що одна словникова стаття під час перетину з іншими утворює з ними певні угруповання, які на лексичному рівні формують синонімічні ряди.

Ключові слова: реєстрове слово, тлумачний словник, аксіономен, дефініційний аналіз, формула тлумачення, лексична семантика.

*Спотар-Аяр Г. Ю.,**ORCID ID: 0000-0002-2861-6339**асистент кафедри тюркології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка**Яницька І. Ю.,**ORCID ID: 0000-0002-9312-4066**студентка**Інституту філології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕЛІГІЙНИХ ЛЕКСЕМ У КОМПЛІМЕНТАХ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

Анотація. Сучасний етап розвитку мовознавства характеризується підвищеним інтересом до вивчення специфіки функціонування сакралізмів. Активізація поширення конфесійно маркованої лексики в інших сферах комунікативних актів багато в чому залежить від ціннісних орієнтирів соціуму, що встановлювалися протягом тривалого періоду його розвитку, оскільки релігійні переконання інтегрують у глибинні основи людського буття та здійснюють значний вплив на акти комунікації. Вживання термінів релігійного походження будь-якої мови є актуальним питанням досліджень у теоретичному і практичному аспектах. Стаття присвячена дослідженню функціональних особливостей сакральної лексики у структурі компліментарних висловів сучасної турецької мови. Аналіз концептуального поля компліментів здійснено за допомогою дискурс-аналізу, порівняння та узагальнення, які дають змогу встановити рівень популяризації теолінгвістичних концепцій поза межами конфесійного стилю мовлення, зокрема в компліментарних висловах. У пропонованій науковій розвідці обґрунтовано семантичну структуру та прагматичний аспект компліментів з точки зору теорії комунікативного акту. Отримані результати дають ширше уявлення не лише про сакральну лексику, але й про етнокультурну специфіку процесу компліментотворення. Висновки дослідження примножують загальні відомості та певною мірою сприяють заповненню лакун у царині аналізу компліментарних висловлювань та узагальненню інформації про них. Характеристика парадигми релігійних концептів, які вживаються у компліментарних висловах, дає змогу розширити поняття про тематичні та функціональні аспекти сакральних лексем у сучасних сталих виразах, які реалізують тактику схвалення. Перспектива подальших досліджень полягає у вивченні семантичних, лексичних та структурних особливостей компліментарних висловів та вдосконаленні теоретичних та практичних знань, що сприятимуть вивченню особливостей сполучуваності конфесійно маркованих слів та виразів з іншими лексемами у структурі компліментарних виразів.

Ключові слова: комплімент, конфесійно маркована лексика, релігійна термінологія, теолінгвістика, компліментарні вислови.

Постановка проблеми. Вивчення сакральної лексики дедалі більше привертає увагу мовознавців і вважається важливим аспектом висвітлення не лише лексико-семантичних

та структурних особливостей компліментарних висловів, але й базових культурних аспектів мовної та культурної картини світу окремого етносу. Використання конфесійно маркованої лексики в інших сферах комунікації багато в чому залежить від ціннісних орієнтирів народу, що встановлювалися протягом тривалого періоду розвитку суспільства. Таким чином, аналіз вживання сакралізмів як репрезентантів культурної та історичної картини світу етносу дає змогу дійти висновків щодо вмотивованості їх використання та комунікативної мети їх вживання в компліментарних висловах.

Дослідження функціональних особливостей сакральної лексики в компліментах сучасної турецької мови дає змогу прослідкувати семантичний аспект компліментотворення та прагматичний аспект комунікативного наміру з точки зору турецької лінгвокультури. Саме прагматичний підхід дає змогу встановити специфіку використання компліментів, оскільки його особливістю є аналіз мови як засобу дії та впливу.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше здійснюється комплексний аналіз теолінгвістичної одиниці в турецьких компліментарних висловах з урахуванням семантичних і функціонально-прагматичних особливостей та аналізу комунікативного наміру.

Актуальність дослідження детермінована недостатнім вивченням глибинного етнокультурного нашарування семантики сакралізмів та специфіки використання релігійної лексики турецьких компліментів. Незважаючи на активізацію лінгвістичних досліджень сакральної лексики на матеріалі різних мов, сьогодні відсутнє чітке та загальноприйняте розуміння їх ролі у структурі понятійного субстрату компліментів, відчувається потреба класифікації сакралізмів із семантико-структурної точки зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Увага науковців до аналізу компліментарних висловів посилилась у другій половині ХХ століття, зокрема, це пов'язано зі збільшенням уваги до дослідження маніпуляцій і тактик впливу. Комплімент виступає об'єктом дослідження праць у царині соціолінгвістики, психології, соціології та лінгвістики. В українському мовознавстві дослідженням компліментів займалися такі вчені, як А. Вежицька, В. Дементьєв, М. Китайгородська, В. Міщенко, Н. Розанова, О. Сиротиніна, М. Федосюк. Особливу увагу дослідженню компліментарних висловів

приділили В. Варакса, Л. Шевченко, І. Шкіцька [2, с. 36], які досліджували структурні та семантичні особливості лексики у компліментах в українській мові. Загалом актуальним є питання розрізнення власне компліментів, висловлення шани, похвали та лестощів. Окремим дискусійним питанням є класифікація компліментів (зокрема, з точки зору інтенції, гендеру, наявності/відсутності адресату). Вирішення потребує питання щодо віднесення до компліментарних висловів установлених етикетних форм вираження шани. Зокрема, І. Шкіцька визначає десять критеріїв відмінностей між компліментами, похвалою та схваленням [7, с. 50–51].

У царині дослідження релігійної лексики в сучасній українській тюркології особливу увагу привертають праці І. Покровської, яка стверджує, що релігійні вислови відіграють важливу роль у комунікації, функціонуючи як мовленнєва форма, що передається в усному і писемному вигляді з покоління в покоління, отже, може вважатися складовою частиною культури того чи іншого етносу [5, с. 112].

Турецькі вчені, визначаючи комплімент (тур. *iltifat*) як мовний інструмент соціальної взаємодії, неодноразово аналізували цей лінгвістичний феномен у своїх наукових дослідженнях. Серед них особливу увагу привертають праці таких учених, як Х. Бесенді, К. Більгегіл, М. Риза Решід, К. Кінар, Х. Табі [13, с. 76]. Традиційно компліментарні висловлювання в лінгвістичних працях аналізуються з позицій теорії мовленнєвих актів.

Метою статті є визначення та характеристика семантико-стилістичних особливостей функціонування сакральної лексики в компліментах турецької мови, пропозиція обґрунтування використання сакралізмів у сталих виразах, які реалізують семантику схвалення, здійснення класифікації компліментів з використанням релігійної лексики.

Реалізація мети дослідження постає у вирішенні таких завдань, як аналіз специфіки функціонування релігійної лексики у компліментах, класифікація її видів, встановлення особливостей вживання сталих виразів, визначення історичного підґрунтя використання релігійної лексики в компліментах.

У пропонованому дослідженні для систематизації та наукового аналізу матеріалу використовуються такі методи: стилістичний аналіз, що полягає у встановленні особливостей вживання сакралізмів у конкретних комунікативних ситуаціях; компонентний аналіз, що дає змогу встановити взаємодію лексем у складі компліментарних виразів; описовий та класифікаційний методи; інтерпретація, що дає змогу зрозуміти контекст вислову та запропонувати його переклад.

Виклад основного матеріалу. Кожна мова абсорбує культурну спадщину свого народу, що більшою чи меншою мірою декодує релігійний аспект і його вплив на духовне та матеріальне життя соціуму. Вірування та використання відповідної релігійної лексики актуалізують процес збагачення словникового запасу й культури поведінки турецького народу загалом.

Дослідження популяризації сакральних лексем у комунікативних актах дає змогу простежити їх вживання в компліменті, а саме простому, але потужному засобі налагодження контакту і вираження позитивного оціночного ставлення комуніканта [4, с. 93–98]. З лінгвістичної точки зору, поняття «комплімент» можна трактувати як мовленнєвий акт схвалення, що вербально становить структуровану формулу вираження широго або лицемірного ставлення, спрямованого на певну інтенцію мовця [12, с. 2].

Водночас слід наголосити на тому, що основною комунікативною метою компліменту є вплив на адресата, зокрема спонукання до здійснення певної дії. Компліментарні висловлювання містять позитивну оцінку адресата й уживаються мовцем задля того, щоби викликати в адресата позитивний емоційний стан [7, с. 38].

Дослідження етнокультурної специфіки компліменту дає змогу розкрити не лише семантико-прагматичний аспект комунікативного акту, але й соціальну сукупність ідей певного етносу. Однією зі специфічних рис турецького спілкування є широке використання висловів із сакральними лексемами [5, с. 112].

Вживання компліментів є поширеним явищем у мусульманському світі. Зокрема, у тексті Корану є декілька настанов щодо шанобливого звернення. *І скажи Моїм рабам, щоб вони розмовляли одне з одним тільки найкращим чином, бо шайтан сіє між ними ворожнечу. Воістину, шайтан для людини – явний ворог!* (Сура 17. Аль-Ісра, Аят 53) [3]. Важливим вважається висловлення хвали за дотримання норм моралі, виконання обов'язків, дотримання релігійних канонів та постулатів тощо.

У тексті Корану є компліменти, функціонування яких зумовлене певною інтенцією, наприклад висловлення поваги і шани: *Аyetlerimizi göstermek için, kulunu bir gece Mescid-i Haram'dan çevresini mübârek kıldığımız Mescid-i Aksâ'ya götürөн Allah her türlü eksiklikten uzaktır! Şüphesiz O, her şeyi işitir ve görür. – Аллах, який посеред ночі веде свого слугу, для утвердження у вірі, з мечеті Аль-Харам до стін благословенної мечеті Аль-Акса, бездоганний і вищий всіх похвал! Він все чує і все бачить* [11, с. 173].

Крім тексту Корану, настанови щодо використання компліментів зустрічаються у Хадисах, які шануються і вважаються основним джерелом релігійного права і джерелом відповідей на всі буттєві питання, поступаючись лише авторитету священної книги ісламу, а саме Корану. У деяких хадисах можна простежити не тільки тематику похвали, але й її заборони. Іншими словами, у хадисах похвала – це легковажне вихвалювання адресата за якості, яких у нього немає, що часто може бути навіть брехнею, задля отримання з цього якоїсь користі, тоді як комплімент вбачається як більш зважена та збалансована оцінка, що вживається для вираження пророчої моралі та солідарної комунікації.

Крім того, на важливість використання компліментів щодо благопристойних рис людини звертали увагу східні філософи. Наприклад, відомим є вислів Мевляни Джелаледдіна Румі: *Düşmanın bile dostun olmasını istiyorsan, onun hakkında güzel şeyler söyle. Zira bir gün o söz onu bulur. Unutma insan iltifatın kölesidir. – Якщо ти хочеш, щоб навіть твій ворог став твоїм другом, кажи про нього хороше. В один день він про це дізнається. Не забувай, людина – раб компліменту.*

Таким чином, природним є те, що віруючі люди, дотримуючись релігійних норм, широко використовували протягом тривалого періоду часу не тільки лексеми, але й вислови з Корану або хадисів, отже, семантичне наповнення компліментарного вислову корелює з визначеними релігією межами.

Серед функціональних причин, які посприяли налагодженню взаємозв'язку компліментів та сакральних текстів у межах турецької лінгвокультури, можна виділити динамічність розповіді, акцентування уваги, зміну настрою, возвеличення, надання окремого значення [11, с. 172]. У зв'язку з цим

стали вирази, абсорбуючи всю специфіку релігійних уявлень народу, знайшли своє відображення в компліментарних висловлюваннях в епоху правління Османської імперії.

Епістолярний стиль часів турецької монархічної династії Османів характеризується усталеними правилами використання компліментів, їх місцем, клішованістю та стандартизованістю лінгвального формування. Цікавим є той факт, що офіційні листи та звернення того часу обов'язково мали містити висловлення шани, поваги та компліменту, особливо в разі звернення до вищої інстанції, державного службовця тощо. Тексти характеризувались широким використанням релігійних виразів як компліментів. Зокрема, І. Шкіцька вважає вживання «універсальних» висловлювань (висловлювань з узагальненим значенням) прийомом оптимізації посилення функції впливу компліментарних висловлювань [7, с. 93].

Відповідно до протоколу, написання будь-якого листа складалося з чітко прописаних частин. Визначально, що окрім шаблонних частин, які містили інтитуляцію, інскрипцію, що підтверджувалась тугрою, а саме індивідуальним підписом і печаткою, що демонструвала офіційний статус відправника, в листуванні можна прослідкувати як релігійні, так і компліментарні складові частини [9, с. 161]. Так, наприклад невід'ємною рисою звертань були гіперболізовані висловлювання такого типу, як *bükm-i şerif-i cihanmuta* (підкорювач світу), *ferman-i beşaret unvan* (божественний). Салюція, тобто вітальна частина, як правило, представлена молитвою та добрими побажаннями адресату, наприклад: *Tanrı izzet ve ikbalini daim kılsın!* – *Hexay Бог увічнює славу та процвітання!* Після нарації та диспозиції, що регламентовані зазначеній тематиці, кінцевий протокол – це свідчення шанобливого ставлення [9, с. 163].

Наприклад, вступна частина листа до Султана Сулеймана сповнена компліментів. *O yüce efendi, halifelik rütbesinin [sahibi,] mertebesi hakan olanlardan, gayretli, çabalı, savletli kayser, Pers hükümdarı Dārā gibi talihli, İslam dininin mürevvici, Müslümanların müzeyyini, bilgi ve erdem sahiplerinin mürebbsi, âriflerle salihlerin kuvvet kaynağı, yüce Allah'ın yeryüzündeki gölgesi, deniz ve karanın kahramanı, zaman hükümdarlarının en büyüğü, dönemindeki hakanlarının en adaletlisi, yüce padişahların padişahı, Allah'ın emrini yerine getirmek için gaza eden din, dünya, hilafet ve saltanatın [kendisine] ikram edildiği Sultan Süleyman Şah! Allah, onun iyilikseverlikle bağışlayıcılığının gölgesini İslâm'a inanan Müslümanların üzerinde sürekli kılsın!* – *О, великий правителю, власнику халіфатного чину, сміливий, сумлінний та кмітливий носію імперського титулу, вдалиий, як перський володар Дара, ярий прихильнику Ісламу, храме мусульман, вихователю мудрості і чеснот, джерело сили праведних, тінь Аллаха на землі, владика моря і землі, найбільший з правителів часу, найправедніший з повелителів свого часу, султан великих султанів, Султане Сулеймане Шахе, якому служать релігія, світ, халіфат і султанат, щоб виконати наказ Аллаха! Нехай Аллах увічнить тінь своєї доброзичливості та прощення на мусульман, які вірять в іслам!* [10, с. 1085].

Стали вирази з хвалінням та побажанням були невід'ємною рисою канцелярського підстилю, за допомогою яких відбувалась вербалізація запевнянь співрозмовника в об'єктивності інформації, що передавалась. Зокрема, І. Шкіцька стверджує, що в маніпулятивному дискурсі запевняння відбувається шляхом використання вставних конструкцій, що оформлюють божіння [7, с. 104].

Окрім ділового листування, сакральні лексеми супроводжують компліментарні вислови в любовних листах султанів і можновладців, що добре підкреслює їх стилістичну та функціональну різноманітність. Для прикладу можна розглянути лист Хюррем Султан, відомої в Європі як Роксолана, до султана Сулеймана Пишного. *Ben Allah'ın yarattığı bu kainat içinde kaybolmuş biriydim. Allah'tan tek dileğim ve yüreğimin biricik arzusu, size tekrar kavuşabilmek ve ıçık saçan yüzünüze bir defa daha bakabilmektir. Rabbimden elbette dilerim ki benim sultanım, candan ve gönülden sevdiğim şahım, dünyada ve ahirette hep mutlu olasınız.* – *Я забулась в цьому, створеному Аллахом, Всесвіті. Моє єдине прохання до Аллаха і єдине бажання мого серця – знову зустрівшись з вами, поглянути на ваше сяюче обличчя. Я молю Всевишнього, щоб мій султан, моя кохана людина, завжди була щасливою у цьому світі і в тому світі* [14].

У цьому випадку сакральні лексеми вживаються з комунікативною метою підкреслення унікальності адресата. Мовними засобами реалізації тактики підвищення значущості співрозмовника постають прикметники на позначення позитивної оцінки у формі вищого і найвищого ступенів порівняння (*найвищий, найкращий, найприйнятніший* тощо) та їх розмовний відповідник *самий / самий-самий* [7, с. 114].

Слід зазначити, що наявністю великої кількості шанобливих висловлювань та виразів виділяється класична література періоду Османської імперії. Зокрема, однією зі специфічних рис можна вважати хвалюбу самого себе, що стало свого роду «візитівкою» тогочасних митців. Загалом можна охарактеризувати такі два типи похвали, характерних для текстів класичного періоду: відверта або прихована самопохвала автора; непряма похвала, спрямована автору. Відкритими прикладами можуть слугувати опис та протиставлення автора іншим людям, осудження інших на фоні самого себе, тоді як прихований комплімент щодо своєї інтелектуальної переваги можна прослідкувати в так званих інструкціях, що автор залишав читачу для розуміння того чи іншого явища [15, с. 111].

Слід зазначити, що компліменти функціонували у всіх видах турецької мови. Зокрема, вони зустрічаються в одному з перших підручників з граматики турецької мови. *Övgü: âferin "Bravo! Çok iyi!", çok yaşa pupu "Çok yaşa babacığım!", "Sağlıklı ve çok yaşa", ne güzel "Ne kadar güzel", eliy var olsun "Eline sağlık", "Elleri parıltılı olsun, kazancın bol olsun", 'alî pek eyü "Çok çok iyi! – Похвала: молодець «Браво! Дуже добре!», будь здоровий «Многая літа, тату!», «Здоров'я та благих літ!», гарно «Як гарно!», хвала рукам (праці) «Благословення рукам», «Блискучі руки! Гарного заробітку!», хвалебний вигук «Дуже-дуже добре!»* [8].

На сучасному етапі, незважаючи на активізацію світової тенденції секуляризації, парадигма засобів висловлення поваги у турецькому етнокультурному середовищі дає змогу дійти висновку про домінування традиційного релігійного і духовного розуміння акту схвалення, адже на сучасному етапі компліменти теж перебувають під масовим впливом релігії. Аналізуючи сучасні компліментарні вислови турецької лінгвокультури, маємо зауважити, що турецька мова характеризується тим, що більшість компліментів у ній є стандартизованими, тобто кожній мовній ситуації підвладний специфічний мовний компонент. Таким чином, вважаємо за потрібне використання терміна «концептуальне поле», що застосовується до впорядкованої множини мовних одиниць, які формують один із аспектів кон-

цептуального змісту, та об'єднаний навколо ключового слова, номінант якого є іменем поля [6, с. 32].

Дослідження концептуального поля компліментарних висловів сучасної турецької мови дало змогу дійти висновків, що конфесійно маркована лексика компліментів різниться за своїм тематичним наповненням. Відповідно до класифікації Л. Шевченко, до числа сакральних слів, що входять до компліментів належать такі.

1) Назви, що позначають вищі релігійні сутності. *Senin gibi yoktur bu dünyada. Seni bana Allah gönderdi.* – У цьому світі немає таких, як ти. Аллах послав тебе мені. *Allah seni, sana benzezene saklıyor.* – Аллах приберіг тобі подібного на тебе. *Senin bana Rabbimin en güzel hediyesisin.* – Ти мій найкращий подарунок від Всевишнього. Наведені приклади ілюструють, що мовець застосовує аргументативну стратегію з використанням лексичної одиниці *Allah* у перших двох випадках і *Rabbim* – у другому, визнаючи підвладність долі і віру у вищі сили. *Sen çok çalışkansı, Allah senden razı olsun!* – Ти дуже працюєш, благослови тебе Аллах! *Seyyid, senin mobilyan ne de çokmuş! Evin çok güzelmiş maşallah!* – Сеїд, в тебе так багато меблів! Виявляється, в тебе чудовий дім! Щоб не зурочити!

2) Релігійні простори. Номінативи на позначення релігійних місць вживаються для висловлення найкращих побажань, вони мають сакральне значення. *Cennetin fragmanı gibiydi senin gülüşün.* – Твоя посмішка, ніби частинка раю. *Evladımızın kokusu Eden kokusudur.* – Запах нашого сина – запах Едему. Порівняння з використання подібного роду лексем переслідують мету підвищення значущості, а саме гіперболізації, що впливає на емоційний стан і може сприяти гармонізації комунікативного акту. *Samî yıkılmış ama mihrab yerinde,* дослівно: Мечеть зруйнована, але міхраб на місці – антитезне висловлювання, адресоване людині в роках, якій вдалося зберегти свою красу.

3) Духовенство. Такі лексеми, як правило, асоціюються із сакральними поняттями. Компліментарні вислови з такими лексемами слід використовувати виключно з благими намірами. *Vi çocuk son peygamber olacak.* – Ця дитина буде останнім пророком. *Kadı kadar dürüstün.* – Ти так само справедливий, як мусульманський суддя каді. Як відомо, виконавці релігійних обрядів і практик користуються глибокою пошаною, що ґрунтується на визнанні чеснот і суспільної ваги. Отже, прирівняння адресата до рядів духовенства можна оцінювати як високе оцінне реактивне висловлення, що має на меті емоційний контроль і стратегічне переконання реципієнта. Зокрема, така моральна якість, як терплячість, є провідною чеснотою релігійних людей, особливо Пророку, адже саме вони, піддаючись надлюдським труднощам і випробуванням від Всевишнього, зуміли стати взірцем для наслідування, за що увіковічили свій образ як титани стійкості та витримки. Наприклад, у турецькій лінгвокультурі є іслів «*peygamber sabrı*», що трактують «терплячий, як пророк».

4) Міфічні істоти й релігійні персоналії. У таких компліментах також прослідковується гіперболізація, що є однією зі складових частин регулятивно-модальної стратегії, що застосовується для надання оцінному висловленню адресата більшої ваги та збільшення стилістичного наповнення. *Seni ilk gördüğümde melek sandım.* – Коли я вперше тебе побачив, я подумав, що ти ангел. *Şimdi perim oldun hayatıma hayat kattın.* – Немов справжня фея, ти наповнила моє життя. На

противагу таким виразам, існують компліменти з релігійною лексикою з негативною конотацією. *Şeytan tüyü var.* – Чортівий брат, що виглядає як образа, але насправді цей комплімент використовується для того, щоб описати безстрашну людину, у якої є якийсь містичний, диявольський шарм. Використання метафоричних звертань у маніпулятивному дискурсі аналізує І. Шкіцька, стверджуючи, що вони можуть бути виражені назвами міфічних істот і релігійних понять (*ангеле, ангелику, ангелатко/янгелатко, богине, русалко* тощо) [7, с. 205].

5) Універсальні вислови (вигуки, побажання тощо), що пов'язані з релігійними переконаннями, віруваннями тощо. Універсальні вислови є складовою частиною регулятивно-диктальної стратегії і допомагають відтворити оцінку загальноприйнятості висловлення у суспільстві або в певній важливій для співбесідника спільноті [1, с. 53]. Вигуки й побажання, складовими компонентами яких є релігійні лексеми, урізноманітнюють семантичні відношення на рівні парадигматики та уможливають їх використання у повсякденному житті. І. Шкіцька відносить вигуки до засобів гіперболізації компліментів [7, с. 254]. *Aman!, Aman Tanrım!, Allahım!, Aman Allahım!* – Боже! О Боже мій! Боже правий! Боженько!

Релігійна лексика функціонує не у всіх видах компліментів сучасної турецької мови, зокрема вона вживається у схвальних виразах, які є засобами прямого виявлення прихильності. Побажання добра і висловлення впевненості в щасливому майбутньому адресата в маніпулятивному дискурсі оформлюють лексико-граматичні структури, значну частину яких становлять етикетні формули [7, с. 86]. *Allah yardımcın olsun! Allah sana merhamet etsin! Allah daima yanında olsun! Allah bereket versin! Allah sağlık versin!* – Бог в поміч! Хай Бог помилує! Бог з тобою! Нехай Бог благословить! Дай Бог здоров'я! Також позитивний вплив на адресата здійснюється вираженням радості, задоволення та вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур. Зокрема, вираження захоплення та радощів стосовно здійснення мрії часто виражається сталими виразами подяки Аллаху. Така тактика допомагає мовцю справити враження щирої, побожної людини, яка бажає добра співрозмовнику й цінує його.

В ісламі дозволені речі й дії, а також акт схвалення позначаються терміном арабського походження *helâl* (досл. «вільний», «незв'язаний»). Отримання такого схвалення-благословення під час комунікативного акту вважається важливим каталізатором, що приводить до гармонізації спілкування. Так звані хеляльні вирази вже давно акліматизувалися в турецькій лінгвокультурі загального вжитку, отже, вирази з лексемою *helâl* можна прослідкувати в компліментарних висловлюваннях. *Kalbini istemiştin bir tek. Tek hayalimdi; güzel dudaklarından öpücük kondurup 'helalimsin' demek.* – Єдине, чого я хочу, – це твоє серце. Моя найзаповітніша мрія – поцілувати твої чудові уста і сказати «ти моє благословення». Клішованою є фраза, яка часто використовується віруючими людьми у побуті: *Çok iyi işlettin, helal olsun.* – Молодець! Ти дуже добре попрацював! Цікаво, що вигук *helal olsun!* може функціонувати як самостійна семантико-прагматична одиниця для позначення захоплення, схвалення.

Сучасний розмовний стиль характеризується семантичними змінами у структурі усталених компліментарних виразів. Прикладом такої зміни може слугувати трансформація виразу *Güzel bakmak sevaptır.* – Благосно дивитись із почиттям краси,

який є зразком поєднання естетичної краси та сакрального посилання. Головною лексею виразу є релігійний термін *sevar*, який позначає нагороду від Всевишнього за виконання добрих діл. Вираз використовувався у значенні «хорошою перед Всевишнім є людина, яка може побачити красу його творіння». У сучасній турецькій мові такий вираз перетворився на жаргівливий вираз-комплімент, який здебільшого функціонує у такому вигляді: *Güzele Bakmak Sevaptır. – Дивитись на красуню є благим ділом.*

Таким чином, функціонування компліментів із релігійною лексикою властиве всім стилям турецької мови, вживання виразів із сакралізмами є невід'ємною частиною спілкування турецького народу і важливою частиною культурної картини світу етносу.

Висновки. В результаті дослідження встановлено, що з розвитком теорії комунікативних актів усе більше уваги привертає до себе специфіка впливу на аудиторію та індивіда, більшою мірою досліджуються методи лінгвального моделювання тактик позитивного впливу, серед яких важливе місце посідає комплімент.

Вживання в мові як власної, так і запозиченої лексики, що розкриває всю специфіку релігійних уявлень народу, свідчить про те, що релігія відіграла велику роль у розвитку матеріальної і духовної культури народу, глибоко проникла у свідомість носіїв мови. Аналізуючи вищесказане, маємо зазначити, що вивчення специфіки сакральної лексики дає змогу оцінити сучасний стан розвитку лексичного фонду, відображення в ньому духовного й матеріального змісту, ступінь впливу глобалізації на культуру окремо взятого народу.

Результати наукової розвідки дають ширше уявлення не лише про сакральну лексику, але й про етнокультурну специфіку компліментотворення загалом. Оскільки з часів Османської імперії комплімент і похвала вважаються окремим жанром соціальної взаємодії, нам вдалося з'ясувати, що компліменти релігійного змісту, переслідуючи мовну традицію, використовувались не лише на побутовому рівні, але й під час дипломатичного, приватного листування, в літературі, що дає змогу говорити про традиційність вживання стандартних та клішованих компліментарних висловів у сучасній турецькій мові.

Дослідження концептуального поля компліментів крізь призму сакральної лексики сприяло формуванню думки про те, що вищі релігійні сутності, релігійні простори, духовенство, міфічні істоти й релігійні персоналії та універсальні вислови з релігійним компонентом є основним тематичним наповнювачем сакральної лексики в сучасній турецькій мові. До числа їх функціональних ознак можна віднести аргументативну стратегію, регулятивно-диктальну стратегію, емоційний вплив, вияв пошани, стратегічне переконання тощо.

Обґрунтовано виникає необхідність вивчення та доповнення етнокультурних аспектів, зокрема релігійних, що поширюються у мовознавство. Зазначена тематика має перспективу дослідження та удосконалення теоретичних і практичних знань.

Література:

1. Бобошко Т. Комунікативні стратегії й тактики та оцінні висловлення. *Лінгвістика XXI століття*. 2013. С. 51–58.
2. Колеснікова І. Фольклорний комплімент у міжкультурній комунікації (на матеріалі флористичної лексики та усталених народних порівнянь). *Лінгвістичні дослідження*. 2016. С. 34–41.

3. Коран. Переклад смислів українською мовою. 2018. URL: <http://risale.in.ua/qoran>.
4. Тележкіна О. Конфесійна лексика в поетичному трактуванні Дмитра Павличка. *Лінгвістика* : збірник наукових праць. 2012. С. 93–98.
5. Покровська І. Специфіка вживання етикетних виразів релігійного походження (на матеріалі сучасної турецької мови). *Іноземна мова професійного спрямування як складова підготовки дипломатів та фахівців у сфері зовнішніх зносин* : збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. 2013. С. 118–124.
6. Шевченко Л. Зміст концепту Євангеліє. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2015. С. 28–40.
7. Шкіцька І. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект : монографія. 2012. С. 44.
8. Bobowski A. (Ali Ufki Bey)'in Grammatica Turcico-Latina (1666) Adli Eserinde XVII. Yüzyıl Osmanlı Konuşma Diline Ait Örnekler. 2016. 1588 с. URL: <https://avesis.aybu.edu.tr/yayin/76a43106-41d6-457a-b98a-db4f48a66836/albert-bobowski-ali-ufki-beyin-grammatica-turcico-latina-1666-adli-eserinde-xvii-yuzyil-osmanli-konusma-diline-ait-ornekler>.
9. Reyhman J., Zajaczkowski A. Osmanlı – Türk Diploması el kitabı. 1993. URL: <https://www.devletarsivleri.gov.tr/varliklar/dosyalar/eskitesiden/yayinlar/osmanli-arsivi-yayinlar/OSMANLI-T%C3%9CRK%20D%C4%B0PLOMAT%C4%B0KASI%20EL%20K%C4%B0TABI.pdf>.
10. Ağca F., Koç A. Özbek Ubeydullah Han'ın 11 Şaban 941/15 Şubat 1535 Tarihli Mektubunun Dil ve Üslubu. 2019. С. 1085–1086.
11. Mahcüb el-Hasen M. Kur'ân'ı Kerim'de İltifât Sanatı: Faydaları ve Amaçları. 2013. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/116884>.
12. Eliaçık M. İltifât Sanatı Üzerine Bir İnceleme. 2018. URL: https://www.academia.edu/38080659/%C4%B0iltifat_Sanat%C4%B1_%C3%9Czerine_Bir_%C4%B0nceleme.
13. Kınar K. Belagatta iltifat. 2005. URL: http://isamveri.org/pdfdrg/D02237/2005_8/2005_8_KINARK.pdf.
14. Kanuni ile Hürrem Sultan'ın aşkı devlet arşivlerinde. 2019. URL: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/kanuni-ile-hurrem-sultanin-aski-devlet-arsivlerinde/1392089>.
15. Şahin O. Klasik Metinlerde Övgünün Karakteristiği: Müellif Kendini Nasıl Yüceltir? 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/329580418_Klasik_Metinlerde_Ovgunun_Karakteristigi_Muellif_Kendini_Nasil_Yuceltir.

Spotar-Ayar G., Yanytska I. Functioning of sacred words in compliments of modern Turkish language

Summary. The current stage of development of world linguistics is characterized by an increased interest in the study of semantic fields of sacred vocabulary. It is clear that the intensification of the spread of confessional marked vocabulary in other areas of the communicative act largely depends on the values that have been established over a long period of development of society. Religion, being combined with the deep foundations of human existence, influences social structures and values. Its importance is underscored by the fact that it encompasses things that go beyond secularism. The functioning of the terminological system of religion of any language is a topical issue of research in theoretical and practical terms. The purpose of the study is a linguistic analysis of the functional features of sacred vocabulary on the basis of complementary studies of modern Turkish. Analysis of the conceptual field of compliments of the modern Turkish language through discourse analysis, construction of scientific propositions, comparisons and generalizations helped to identify the pop-

ularization of theolinguistic concepts outside the confessional style of speech, in complementary expressions in particular. In addition, the proposed study substantiates their thematic content and pragmatic aspect in the communicative act. The obtained results of scientific research give a broader idea not only about the sacred vocabulary, but also about the ethnocultural specifics of compliment creation. Analysis of the conceptual field of compliments through the prism of sacred vocabulary contributed to the identification of thematic and functional

aspects of sacred tokens in modern complementary expressions of the Turkish language. This topic has the prospect of research and improvement of theoretical and practical knowledge that will help to study the peculiarities of the compatibility of confessional marked tokens with the words of other lexical groups, compliments in particular.

Key words: compliment, confessional vocabulary, religious terminology, theolinguistics, functions of complementary expressions.

Столярова А. А.,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації
Інституту філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПАНДЕМІЇ
НОВОЇ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ У ГРЕЦЬКИХ ЗМІ

Анотація. У статті розглянуто особливості представлення пандемії нової коронавірусної інфекції COVID-19 у грецьких електронних ЗМІ. Актуальність дослідження зумовлено недостатньою вивченістю мовних засобів, використовуваних під час висвітлення проблеми пандемії у грецькомовному медійному просторі.

До текстів ЗМІ виявляють інтерес спеціалісти різних галузей, а саме фахівці у сферах журналістики, соціології, психології, лінгвістики, адже ЗМІ мають величезний вплив на світогляд населення, вони фактично конструюють реальність, у якій функціонує суспільство. Оскільки епідемія нової інфекції стала провідним інформаційним приводом, медійні тексти, присвячені цій проблемі, стали багатим матеріалом для дослідників різних галузей. За спільного об'єкта дослідження кожна наукова галузь має свій предмет. Філологів передусім цікавить добір мовних засобів, що використовуються авторами публікацій для висвітлення конкретної проблеми та здійснення бажаного впливу на читача.

Упродовж 2020 року вийшло декілька статей, присвячених медійним текстам про коронавірус різними мовами. Наша стаття є першим дослідженням мовних особливостей грецьких публікацій про коронавірусну інфекцію. В ході дослідження було встановлено, що однією зі специфічних рис грецького медійного дискурсу, присвяченого пандемії COVID-19, є неусталеність написання терміна «коронавірус». Попри рекомендації найавторитетніших грецьких лінгвістів зупинитися на варіанті *κορωνοϊός*, у ЗМІ продовжують побутувати чотири варіанти написання цього слова: *κορωνοϊός*, *κορωναιός*, *κορονοϊός* та *κοροναϊός*. Найпоширенішими є перші два.

У результаті проведеного дослідження нами було виявлено, що для конструювання образу пандемії та висвітлення боротьби з нею в грецьких ЗМІ широко використовується метафора, передусім військова і спортивна. Добір авторами статей мовних засобів повністю продиктований тематикою цих метафор. Для створення образу коронавірусу використовується військова і спортивна лексика (іменники, дієслова та словосполучення з названих сфер). Найпоширенішими іменниками з військової сфери, за нашими підрахунками, є *πόλεμος* (війна), *μάχη* (битва), *επίθεση* (напад, атака), *νίκη* (перемога). До дієслів відповідної сфери належать *πολεμώ* (воювати), *επιστρατεύω* (мобілізувати), *αμύνομαι* (оборонятися), *νικώ* (перемагати) тощо. Спортивна метафора у висвітленні епідемії реалізується невеликим колом лексем, переважно такими іменниками, як *ρεκόρ* (рекорд) і *ανηττικό ρεκόρ* або *αντιρεκόρ* (антирекорд), а також словосполученням *καταγράφω (νέο) ρεκόρ* (встановити (новий) рекорд). Важлива роль в описі небезпеки нової інфекції належить епітетам із загальним значенням «жахливий, небезпечний»:

θανατηφόρος (смертоносний), *εφιαλτικός* (кошмарний), *φρικτός* (жахливий).

Ключові слова: пандемія коронавірусу, грецькі електронні ЗМІ, медійний текст, мовні засоби, метафора.

Постановка проблеми. 2020 рік став для людства особливим щодо усвідомлення своїх сил і можливостей: ще зовсім недавно сучасна людина вважала себе непереможною, думала, що вже давно приборкала природу, адже ще у ХХ столітті спромоглася винищити мало не всі інфекційні хвороби, а також пишалася розробленою в західному світі системою охорони здоров'я. Втім, абсолютно несподівано виявилось, що навіть у століття високих технологій і миттєвого доступу до будь-якої інформації завдяки поширенню Інтернету представники Homo Sapiens є мало не такими ж слабкими та вразливими істотами, як і їхні предки. 2020 рік, що приніс людству нову хворобу – COVID-19, миттєво занурив планету в аналог Середньовіччя, коли епідемії чуми та інших смертельних хвороб винищували цілі держави. Знову, як і в минулі століття, у світі панує страх. Нанесено відчутний удар по гордості і самолюбству сучасної людини, якій тепер доведеться проводити переоцінку власної могутності та вчитися жити з усвідомленням імовірності нових викликів.

У добу інформаційних технологій епідемія нової інфекції, що швидко перетворилася на пандемію, стала основним інформаційним приводом, якому присвячено кілометри друкованих рядків і відеооплівки у найрізноманітніших ЗМІ. Як відомо, ЗМІ конструюють реальність, впливаючи на формування картини світу людей, що ними користуються. Саме це викликає жвавий інтерес до текстів ЗМІ у дослідників різних галузей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом з'явилися дослідження друкованого та усного дискурсу ЗМІ, присвяченого проблемі поширення вірусу, виконані фахівцями у царині соціології [1], журналістики та філології [2; 3; 4]. Так, лінгвісти вже почали вивчати особливості мовної репрезентації вірусу в українських, російських, американських та німецьких ЗМІ [5–7]. Стаття продовжує серію виконаних колегами-філологами праць, у яких досліджуються тексти ЗМІ, присвячені проблематиці пандемії коронавірусу.

Актуальність цієї розвідки зумовлено недостатньою вивченістю засобів мовної виразності, що використовують під час висвітлення проблеми пандемії у дискурсі ЗМІ різних країн, зокрема у грецькомовному медійному просторі.

Метою статті є розгляд мовних засобів, що використовуються для репрезентації пандемії коронавірусу в грецьких електронних ЗМІ. Предметом дослідження виступають особливості живання розглядуваних мовних засобів у грецько-

мовних текстах, присвячених цій проблемі. Об'єктом виступають самі засоби мовної виразності, використовувани грецькими журналістами у вибраних для дослідження медійних текстах. Матеріалом розвідки слугували тексти статей популярних грецьких електронних ЗМІ за період із січня 2020 року по січень 2021 року. Всього проаналізовано 100 текстів, дібраних методом випадкової вибірки за ключовими словами *κορωνοϊός* (коронавірус), *επιδημία* (епідемія), *πανδημία* (пандемія).

Виклад основного матеріалу. Перша згадка про новий вірус, що вражає легені та вирізняється високою летальністю, з'явився на шпальтах грецьких ЗМІ наприкінці 2019 року. У перші місяці 2020 року, коли він ще не був достатньо досліджений, його називали (*νέος*) *κινέζικος ιός* ((новий) китайський вірус).

Ο πρώτος νεκρός θύμα του νέου κινεζικού ιού έχει το αντιπροσωπευτικό προφίλ των ανθρώπων που έχουν χάσει την ζωή τους από αυτήν την ιογενή πνευμονία: ήταν ένας άνδρας, ηλικίας άνω των 60 ετών με προβλήματα υγείας (05.02.2020) [8].

Ο νέος θανατηφόρος κινεζικός ιός είναι πιθανόν να μεταφέρθηκε στους ανθρώπους από τις νυχτερίδες μέσω του παράνομου εμπορίου των φολιδωτών μωρητκοφάγων (07.02.2020) [9].

Η επιδημία του νέου κινεζικού ιού 2019-нCoV μπορεί να εξαπλωθεί στα δύο τρίτα του παγκόσμιου πληθυσμού αν δεν ελεγχθεί, προειδοποιεί επιδημιολόγος δημόσιας υγείας του Χονγκ Конγκ (11.02.2020) [10].

Таке найменування вірусу було зумовлено тим, що країною, у якій його було вперше виявлено, став Китай. До того ж така номінація на певний час закріпилася через політичні причини, адже тодішній президент США Дональд Трамп звинувачував Китай у мало не навмисному поширенні цього вірусу. Нарешті, на той час він був зовсім недослідженим, тому дати йому конкретнішу назву було неможливо. Проте згодом, коли, з одного боку, вірус зазнав великого поширення, перетнувши кордони Піднебесної, а з іншого боку, його структуру вже було розшифровано вченими, його стали називати по-науковому: *νέος ιός τύπου κορώνας* (новий вірус сімейства коронавірусів), *κορωνοϊός* (коронавірус) або *COVID-19*. До того ж таке найменування ВООЗ почала радити вживати у ЗМІ, щоб не дискримінувати мешканців Китаю, адже на той момент вони стикнулися з безпрецедентно ворожим ставленням в усьому світі [5, с. 29]. Цікаво, що, на відміну від західноєвропейських мов (англійської, німецької) та східнослов'янських (української, російської), у грецькій термін «коронавірус» не скоротився до розмовного «корона» навіть у неофіційному мовленні. Очевидно, це пов'язано з тим, що словом *κορώνα* в грецькій мові прийнято називати грошову одиницю деяких країн (крона): *κορώνα Σουηδίας*, *κορώνα Δανίας* (шведська крона, датська крона). Неологізм *κορωνοκρίση* (коронакриза), хоч і складається з грецьких основ, проте був створений не греками (як часто відбувається з науковою термінологією), а за межами Греції та був просто запозичений грецькою мовою (так звані терміни-елліногени).

Слід також зазначити, що на перших порах не було навіть єдиного написання терміна «коронавірус»: у грецьких ЗМІ його передавали як *κορωνοϊός*, *κορωνοϊός*, *κορωνοϊός*, *κορωνοϊός*. Причому на початковому етапі помітно переважав перший варіант як такий, що побуквенно передає латиниписний термін *coronavirus*. Наприклад, наведемо дещо з ранніх згадок про інфекцію.

Κορωνοϊός: Κάμερες σκανάρουν και στους δρόμους όσους έχουν έστω και λίγο πυρετό (07.02.2020) [11].

Η επιδημία του κορωνοϊού εξαπλώνεται σταδιακά σε ολόκληρο τον κόσμο (18.03.2020) [12].

Коли захворювання почало швидко поширюватися і прийшло усвідомлення того, що епідемія вируватиме доволі довго, стало неможливо ігнорувати цю варіативність у написанні. Грекам довелося звернутися до свого найавторитетнішого мовознавця та лексикографа Георгіоса Бамбінїотиса, що є автором знаменитого словника новогрецької мови, щоб він пояснив, якому варіанту написання назви нової інфекції слід віддати перевагу. Найвизначніший еллініст сучасності пише, що теоретично найправильнішим було би писати *κορων-ιός*, адже другий компонент-основа цього складного слова починається з голосної (*ι*), тобто має бути задіяна модель, як у словах *μεγαλ-έμπορος*, *αχυρ-άνθρωπος*, *πέντ-αθλο*. Однак оскільки у такому випадку виникає ризик, що слово буде вимовлятися неправильно, тобто зі злиттям голосних, як у словах *παλιός*, *Ρομιός*, а також оскільки *Κορωνιός* – це назва мешканця грецького міста Κορώνη, Γ. Бамбінїотис радить зупинитися на формі *κορων-ο-ιός* зі сполучною голосною *-ο-*. Крім того, він зазначає, що краще писати перший компонент з омегою (*κορώνα*), а не з омікрон (*κορώνα*), адже це слово є зворотним запозиченням (*αντιδάνειο*). Відповідно, логічніше зберегти оригінальну грецьку орфографію [13]. Проте, як бачимо, спрощене написання через омікрон продовжує широко побутувати в сучасній грецькій пресі.

Κορωνοϊός: 445 νέα κρούσματα στην Ελλάδα, 36 νεκροί και 353 διασωληνωμένοι (10.01.2021) [14].

Συναγερμός έχει σημάνει στην κομόπολη Μεγάλα Καλύβια στα Τρίκαλα καθώς μετά τις γιορτές παρατηρήθηκαν αυξημένα κρούσματα κορωνοϊού, σύμφωνα με το skai.gr (10.01.2021) [15].

Водночас не припиняють використовуватися, хоча і набагато рідше, ніж на початку епідемії, варіанти написання *κορωνοϊός* та *κορωνοϊός*.

Тепер, коли ми прослідкували еволюцію назви нової коронавірусної інфекції на шпальтах грецьких електронних ЗМІ упродовж 2020 року, звернемося до лексичних засобів, що використовуються журналістами для формування образу пандемії.

Попри рекомендації урядів не створювати паніки серед населення, журналісти грецьких ЗМІ, як виявилось в ході аналізу дібраного матеріалу, не гребують «міцними» **епітетами**, які передають всю глибину безпорадності сучасної людини перед новим викликом: *θανατηφόρος* (смертоносний), *εφιαλτικός* (кошмарний), *φρικτός* (жахливий) тощо.

Ο νέος θανατηφόρος κινεζικός ιός είναι πιθανόν να μεταφέρθηκε στους ανθρώπους από τις νυχτερίδες (07.02.2020) [16].

Κορωνοϊός: Εφιαλτικός ο χάρτης των κρουσμάτων (13.11.20) [17].

Κορωνοϊός: Φρικτά νέα για την Ευρώπη (23.11.20) [18].

Важливим засобом створення образу пандемії є **метафоризація**. Метафора – це інструмент пізнання навколишнього світу, засіб моделювання реальності та організації нашого знання про те, що нас оточує (і нас самих) [19, с. 16]. Через це добір авторами мовних засобів загалом визначається використуваною в їхніх текстах тематикою метафор, відповідно, вивчати ці засоби легше з огляду на тему-образ. Проведене дослідження показало, що найпоширенішими темами використуванних у грецьких ЗМІ метафор є військова, спортивна та географічна метафори.

Цільне місце у створенні образу епідемії коронавірусу посідає, безперечно, **військова метафора**. Нову інфекцію представляють як лютого та підступного ворога, що нещадно наступає

на людство і хоче його винищити. Людина, відповідно, обороняється, лікарі, як хоробрі воїни, рятують мирне населення від жорстокого завойовника. Найкращі уми роблять все для створення вакцини – суперзброї, що допоможе перемогти ворога.

Ця метафора реалізується цілою низкою мовних засобів, передусім іменниками *πόλεμος* (війна), *μάχη* (битва), *επίθεση* (напад), *νίκη* (перемога).

Κοροναϊός: «Πόλεμος» στις ΜΕΘ – Τρομακτική αύξηση στους διασωληνωμένους το τελευταίο 20ήμερο. Κορυφώνεται η μάχη με την πανδημία, με τους ειδικούς να απευθύνουν δραματική έκκληση για τήρηση των μέτρων καθώς αυξάνεται με τρομακτικούς ρυθμούς ο αριθμός κρουσμάτων και νεκρών (21.11.2020) [20].

Μητσοτάκης: Μάσκες και απαγόρευση κυκλοφορίας η απάντηση στην επίθεση του κορονοϊού (22.10.2020) [21].

Στ. Ψυχάρης: Η νίκη κατά του κορονοϊού είναι στα χέρια μας (18.12.2020) [22].

Крім іменників, використовуються інші частини мови з «військовим» значенням: *πολεμώ* (воювати), *επιστρατεύω* (мобілізувати), *αμύνομαι* (оборонятися), *νικώ* (перемагати) тощо.

Η μόδα πολεμά τον κορονοϊό. Κολοσσοί ειδών πολυτελείας, δραστήριοι σχεδιαστές και brands από όλον τον κόσμο προσαρμόζουν την παραγωγή τους στις έκτακτες ανάγκες και συγκεντρώνουν χρήματα και ιατρικό εξοπλισμό για τη μητέρα των μαχών κατά της πανδημίας (17.04.20) [23].

Πώς η ελληνική οικονομία θα αμυνθεί απέναντι στον κορονοϊό. Τα σχέδια αφορούν όλα τα σενάρια, από τα ήπια έως τα ακραία (04.03.2020) [24].

Κοροναϊός: Η Κύπρος επιστρατεύει γιατρούς και νοσηλευτές για τον περιορισμό της εξάπλωσης του ιού (19.03.2020) [25].

Разом із цілком логічно використовуваною військовою метафорою для конструювання образу епідемії задіяна **спортивна метафора**. За кількістю залучених для її вербалізації мовних засобів остання набагато скромніша за військову та представлена майже виключно лексемами *рекór* (рекорд) і *αρνητικό ρεκór* або *αντιρεκór* (антирекорд), а також словосполученням *καταγράφω (νέο) ρεκór* (встановити (новий) рекорд).

Νέο αρνητικό ρεκór: 2.646 τα κρούσματα στην Ελλάδα (04.11.2020) [26].

Νέο παγκόσμιο αντι-ρεκór: στην Ινδία 96,5 χιλιάδες περιστατικά την ημέρα [27].

Κοροναϊός – Ελλάδα: «Μαύρο» ρεκór με 108 νεκρούς (21.11.2020) [28].

Οι ΗΠΑ κατέγραψαν χθες Τρίτη νέο ρεκór κρουσμάτων του SARS-CoV-2, με πάνω από 248.000 μολύνσεις να επιβεβαιώνονται σε 24 ώρες (16.12.2020) [29].

В ході аналізу мовного матеріалу ми також зустріли вираз *αγώνας δρόμου* (змагання з бігу, перегони), що також актуалізує спортивну метафору під час розкриття теми боротьби з інфекцією.

Αγώνας δρόμου για την παραγωγή εμβολίων για τον covid-19 (24.11.2020) [30].

Частково, дуже обмежено, але присутня, як показує аналіз матеріалів, **географічна метафора**. Вона переважно представлена лексемою *χάρτης* (карта).

Χάρτης κορονοϊού στην Ελλάδα: 215 κρούσματα σε Αττική, 67 Θεσσαλονίκη (16.01.21) [31].

Ο χάρτης των κρουσμάτων: Αρνητική πρωτιά για Αττική (09.01.2021) [32].

Висновки. Проведене дослідження дає змогу зробити висновок про те, що метафоризація є одним із найважливіших інструментів репрезентації навколишньої дійсності, а добір мовних засобів повністю залежить від здійсненого автором вибору метафор для створення образу описуваного явища. Аналіз дібраного матеріалу показав, що для створення образу епідемії нової коронавірусної інфекції в грецьких електронних ЗМІ широко використовуються військова і спортивна метафори. На наш погляд, військова метафора разом з епітетами із загальним значенням «жахливий, небезпечний» є провідним засобом висвітлення цієї проблеми, тому що журналістам важливо дати зрозуміти читачам, що становище справді тяжке, а люди мають самодисциплінуватися й бути готовими до обмежень, як під час війни, щоб вистояти і перемогти.

Стаття є першою спробою дослідити мовні засоби, використовувані в грецькому медійному просторі для створення образу епідемії. У подальшому представляється перспективним докладніше вивчення вербалізації кожної з розглянутих у статті метафор, а також порівняння відмінностей у висвітленні пандемії коронавірусу у ЗМІ різних країн, зокрема європейських. Ці відмінності, як нам видається, мають як екстралінгвістичні (особливості поширення інфекції, готовність національної системи охорони здоров'я до викликів тощо), так і суто лінгвістичні причини.

Література:

1. Яненко Я.В. Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ. *Образ*. 2020. № 2 (34). С. 15–23.
2. Мірошніченко П.В. Медіаграмотність і медіакритичність в умовах пандемії. *Актуальні проблеми медіапростору* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 9 квітня 2020 року). Київ, 2020. С. 8–13.
3. Пономаренко Л.Г. Масмедійна реальність: погляд у часи пандемії коронавірусу. *Актуальні проблеми медіапростору* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 9 квітня 2020 року). Київ, 2020. С. 78–83.
4. Писаренко Л.М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID-19 в одеських ЗМІ. *Правове життя сучасної України* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 15 травня 2020 року) : у 3 т. / відп. ред. М.Р. Аракелян. Одеса : Гельветика, 2020. Т. 1. С. 442–445.
5. Карасик В.И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции. *Политическая лингвистика*. 2020. № 2 (80). С. 25–34. DOI: 10.26170/pl20-02-02.
6. Данкова Н.С. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет). *Научный диалог*. 2020. № 8. С. 69–83. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-69-83.
7. Петренко Д.А., Лихачёв Э.В., Чернышова М.В. Средства языковой выразительности в образе COVID-19 (на материале немецкого политического дискурса СМИ). *Научный диалог*. 2020. № 7. С. 194–209. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-7-194-209.
8. Νέος κινεζικός ιός – Κορονοϊός: Αυτό είναι το προφίλ των θυμάτων. Ο ιός σε αριθμούς. URL: <https://www.skai.gr/news/ygeia/neos-kinezikos-ios-koronoios-ayto-einai-to-profil-ton-thymaton-o-ios-se-arithmous> (дата звернення: 15.01.2021).
9. Παγκόσμιος ο ξενιστής του κορονοϊού. URL: <https://gr.euronews.com/2020/02/07/pagkolinos-ksenistis-koronaou> (дата звернення: 15.01.2021).
10. Ο νέος κινεζικός ιός θα μπορούσε να προσβάλει το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού. URL: <https://www.sofokleousin.gr/o-neos-kinezikos-ios-tha-mporouse-na-prosvalei-to-60-tou-pagkosmi> (дата звернення: 15.01.2021).

11. Κορωναιός: Κάμερες σκανάρουν και στους δρόμους όσους έχουν έστω και λίγο πυρετό. URL: <https://www.tanea.gr/2020/02/07/science-technology/koronaioi-kameres-skanaoun-kai-stous-dromous-osous-echoun-esto-kai-ligo-pyreto> (дата звернення: 15.01.2021).
12. Η επιδημία του κορωνοϊού εξαπλώνεται σταδιακά σε ολόκληρο τον κόσμο. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2020-001685_EL.html (дата звернення: 15.01.2021).
13. Μπαμπινιώτης Γ. Κινεζικός ιός: κορωνΑϊός ή κορωνΟϊός ή κορωνιός. URL: <https://www.babiniotis.gr/lexilogika/leksilogika-2/467-kinezikos-ios-koronaioi-i-koronoioi-i-koronios> (дата звернення: 15.01.2021).
14. Κορωνοϊός: 445 νέα κρούσματα στην Ελλάδα, 36 νεκροί και 353 διασωληνωμένοι. URL: <https://www.news247.gr/ygeia/koronoioi-445-nea-kroysmata-stin-ellada-36-nekroi-kai-353-diasolinomenoi.9106223.html> (дата звернення: 15.01.2021).
15. Συναγερμός στα Μεγάλα Καλύβια Τρικάλων με 35 κρούσματα κορωνοϊού. URL: <https://www.capital.gr/epikairota/3507692/sunagermos-sta-megala-kalubia-trikalon-me-35-kroysmata-koronoioi> (дата звернення: 15.01.2021).
16. Παγκόλιος ο ξενιστής του κορωνοϊού. URL: <https://gr.euronews.com/2020/02/07/pagkolinos-ksenistis-koronaioi> (дата звернення: 15.01.2021).
17. Κορωναιός: Εφιαλτικός ο χάρτης των κρουσμάτων. URL: <https://www.tovima.gr/2020/11/13/society/koronaioi-efialtikos-o-xartiston-krousmaton-deite-analytika-tin-katanomi> (дата звернення: 15.01.2021).
18. Κορωναιός: Φρικτά νέα για την Ευρώπη. URL: <https://www.tanea.gr/2020/10/23/world/koronaioi-frikta-nea-gia-tin-europi-ayksanontaita-krousmata-stous-ilikiomenous> (дата звернення: 15.01.2021).
19. Балашова Л.В. Военная и спортивная концептуальные метафоры (диахронический аспект). *Язык – Коммуникация – Образование: методологические исследования и практика преподавания* : сборник научных трудов по материалам I Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Е.Ю. Балашовой. Саратов, 2017. С. 15–21.
20. Κορωναιός: “Πόλεμος” στις ΜΕΘ. URL: <https://www.in.gr/2020/11/21/greece/koronaioi-polemos-stis-meth-tromaktiki-ayksisi-stous-diasolinomenous-teleytaio-20imeros> (дата звернення: 15.01.2021).
21. Μητσοτάκης: Μάσκες και απαγόρευση κυκλοφορίας. URL: <https://www.skai.gr/news/politics/mitsotakis-maskes-kai-aragogeysi-kykloforias-i-arantisi-stin-epithesi-tou-koronoioi> (дата звернення: 15.01.2021).
22. Στ. Ψυχάρης: Η νίκη κατά του κορωνοϊού είναι στα χέρια μας. URL: <https://www.politika.gr/kriti/351258> (дата звернення: 15.01.2021).
23. Η μόδα πολεμά τον κορωνοϊό. URL: <https://www.tovima.gr/2020/04/17/vimagazino/i-moda-polema-ton-koronoio> (дата звернення: 15.01.2021).
24. Πώς η ελληνική οικονομία θα αμυνθεί απέναντι στον κορωνοϊό. URL: https://www.huffingtonpost.gr/entry/pos-e-ellenike-oikonomia-tha-amenthei-apananti-ston-koronoio_gr_5e5f3b64c5b63aaf8f5f18a3 (дата звернення: 15.01.2021).
25. Κορωνοϊός: Η Κύπρος επιστρατεύει γιατρούς και νοσηλεύτές για τον περιορισμό της εξάπλωσης του ιού. URL: <https://www.protothema.gr/greece/article/986424/koronoioi-i-kypros-epistrateuei-giatrous-kainosileutes-gia-ton-periorismo-tis-exaploshis-tou-iou> (дата звернення: 15.01.2021).
26. Νέο αρνητικό ρεκόρ: 2.646 τα κρούσματα στην Ελλάδα. URL: <https://www.kathimerini.gr/society/561144565/neo-arnitiko-rekor-2646-ta-kroysmata-stin-ellada> (дата звернення: 15.01.2021).
27. Νέο παγκόσμιο αντι-ρεκόρ. URL: <https://geektech.me/el/новый-мировой-антирекорд-в-индии-965-тыс> (дата звернення: 15.01.2021).
28. Κορωνοϊός – Ελλάδα: «Μαύρο» ρεκόρ με 108 νεκρούς. URL: <https://www.skai.gr/news/greece/koronoioi-ellada-mauro-rekor-me-108-nekrous-2311-nea-krousmata-522-diasolinomenoi> (дата звернення: 15.01.2021).
29. Εθνικό και παγκόσμιο ρεκόρ κρουσμάτων στις ΗΠΑ. URL: <https://m.naftemporiki.gr/story/1670519> (дата звернення: 15.01.2021).
30. Αγώνας δρόμου για την παραγωγή εμβολίων για τον covid-19. URL: <https://www.ert.gr/eidiseis/ellada/kinonia/agonas-dromoy-gia-tin-paragogi-emvolion-gia-ton-covid-19-video> (дата звернення: 15.01.2021).
31. Χάρτης κορωνοϊού στην Ελλάδα. URL: <https://www.skai.gr/news/greece/xartis-koronoioi-stin-ellada-215-krousmata-se-attiki-67-thessaloniki> (дата звернення: 15.01.2021).
32. Ο χάρτης των κρουσμάτων. URL: <https://m.naftemporiki.gr/story/1678801> (дата звернення: 15.01.2021).

Stolyarova A. Language peculiarities in the representation of the new coronavirus infection pandemic in Greek media

Summary. The article considers the peculiarities of language means used when covering the pandemic of the new coronavirus infection COVID-19 in Greek electronic media. The relevance of the research is due to insufficient study of the language used to cover the pandemic-related issues in Greek media space. Specialists in various fields – those of journalism, sociology, psychology and linguistics – are interested in media texts, because the mass media have a huge impact on the outlook of the population; they essentially construct the reality we live in. As the epidemic of the new infection has become the leading news event, media texts on this issue have become rich material for researchers in various fields. Philologists are primarily interested in the study of the principles of language means selection used by the authors of the publications in question in order to highlight the specific problem and make the desired impact on the reader. During 2020, several articles treating media texts in different languages about the coronavirus were published.

The present article constitutes the first attempt to study the peculiar features of the language of Greek publications on coronavirus infection. The conducted analysis revealed that one of the features of the Greek media discourse on the COVID-19 pandemic is the existence of several spelling variants of the term “coronavirus”. Despite the recommendations of the most authoritative Greek linguists to choose the variant *κορωνοϊός*, media writers are quite inconsistent and continue to spell this term in four different ways: *κορωνοϊός*, *κορωναιός*, *κορονοϊός* and *κοροναϊός*. The first two are the most common. The conducted research showed that metaphors, especially those based on the military field and sports activities, are widely used in the Greek media to construct the image of the pandemic and combat it. The selection of language means by the authors of the articles is completely dictated by the subject matter of these metaphors. Military and sports vocabulary (nouns, verbs and phrases from these areas) is used to create the image of the coronavirus. The most common nouns belonging to the military sphere, according to our calculations, are *πόλεμος* (war), *μάχη* (battle), *επίθεση* (attack) and *νίκη* (victory). The verbs of the corresponding sphere include *πολεμώ* (to fight), *επιστρατεύω* (to mobilize), *αμύνομαι* (to defend), *νικώ* (to win) etc. The sports metaphor in the coverage of the epidemic is verbalized by a restricted number of lexemes, mainly by such nouns as *ρεκόρ* (record) and *αρνητικό ρεκόρ* or *αντιρεκόρ* (anti-record), as well as by the phrase *καταγράφο* (*νεο*) *ρεκόρ* (to establish a new record). An important role in describing the danger of the new infection belongs to the epithets with the general meaning “terrible, dangerous”: *θανατηφόρος* (deadly), *εφιαλτικός* (awful), *φρικτός* (terrible) etc.

Key words: coronavirus pandemic, Greek electronic media, media text, language means, metaphor.

*Ткаченко Н. В.,
аспірантка кафедри української мови
Запорізького національного університету*

ОНІМНИЙ ПРОСТІР ПОЕЗІЙ М. БРАЦИЛО (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ «Я ЗРОДУ ТУТ ЖИВУ...»)

Анотація. У статті розглянуто специфіку онімів збірки М. Брацило «Я зроду тут живу...», проаналізовано їх функціональне навантаження, особливості вживання, варіативність і частотність власних назв. З'ясовано, що ономастикон збірки представлений такими групами онімів: антропоніми, хороніми, міфоніми, теоніми, агіоніми, асоціоніми, фонові оніми.

М. Брацило відома як автор шести збірок проникливих ліричних творів. Цікавою з ономастичного погляду є збірка «Я зроду тут живу...», у якій зібрано найбільш ранній поетичний доробок поетеси. Сьогодні залишається актуальним дослідження індивідуальних особливостей використання власних назв у поезіях Марини Брацило.

У поезіях Марини зафіксовані антропоніми, які виконують номінативну функцію. Поетеса найчастіше вдається до однолексемного іменування, номінує особу лише ім'ям чи похідним варіантом його. Саме це є своєрідним прийомом вираження ставлення автора до того чи іншого персонажа.

Міфонім – власна назва будь-якого вдуманого об'єкта онімного простору: назви богів, духів, героїв, надприродних сил, які вживаються в міфах, епопеях, казках, билинах. Міфоніми в досліджуваних поезіях відзначаються особливою експресивністю й поділяються на три групи: міфоантропоніми, міфозооніми та міфотопоніми.

Варто зауважити, що особливістю онімного письма Марини Брацило є активне використання біблійних назв. У багатьох творах аналізованої збірки зафіксовані теоніми (власна назва Бога). Найчастотнішим теонімом у мовопросторі збірки «Я зроду тут живу...» є лексема «Бог».

Особливе місце в побудові художнього світу займають так звані фонові оніми, які допомагають надати більшої достовірності описуваним подіям і є певними мовними символами. Фонові оніми також стають відображенням історії Запорізького краю від минулого до сучасності.

Отже, у поезіях Марини Брацило переважають такі класи онімів: біблійні та міфоніми. Висока частотність уживання таких назв свідчить, що автор значне місце відводила релігійній лексиці. Власні назви в збірці «Я зроду тут живу...» становлять невід'ємний компонент структури та вагому частину художнього твору.

Ключові слова: антропонім, біблійні, онім, ономастикон, міфонім, теонім.

Постановка проблеми. Оніми, що представлені різними розрядами, функціонують широко й різнопланово, насичуючи при цьому контекст численними експресивними нюансами та асоціаціями. Власна назва є найбільш частотним засобом актуалізації художнього часу і простору поезій.

Онімний простір художнього твору – це всі власні назви в тексті, що поділяють його «на декілька полів залежно від специфіки денотативного значення власних назв, співвідношення

з національним іменником мови, способу перетворення форм імені та інших ознак» [1, с. 79].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні простежується активізація в дослідженні ономастикону письменників Запорізького краю ХХІ століття. Зокрема, ономастикон Запорізького краю досліджували С. Вербич, Л. Дука, І. Ільченко, О. Карпенко, Ю. Кравченко, О. Крестьянов, В. Пачева, О. Стрижак, В. Фоменко, І. Ходикіна.

На особливу увагу заслуговує творчість М. Брацило в контексті ономастичних досліджень, які тісно пов'язані із сюжетно-тематичною спрямованістю її поезій. Творчий доробок Марини Брацило, талановитої Запорізької поетеси та піснярки, в ономастичному плані взагалі не вивчався. М. Брацило насамперед відома як поетеса, автор шести збірок проникливих ліричних поезій; працювала в засобах масової інформації як журналіст і редактор; була активною учасницею літературних конкурсів і музичних фестивалів, а також членом Національної спілки письменників України, головою Запорізького обласного літературного об'єднання імені М. Гайдабури.

Особливості взаємодії лінгвальних та екстралінгвальних аспектів літературно-художнього оніма впливають не тільки на його структуру і значення, а й на сприймання читачем. Оніми поезій письменниці не тільки розкривають задум авторки, а й дають уявлення про її світосприйняття, репрезентують індивідуальний стиль.

Цікавою з ономастичного погляду є збірка М. Брацило «Я зроду тут живу...», у якій представлено найбільш ранній (1989–1999), не оприлюднений за життя, поетичний доробок поетеси, з яким вона й прийшла в сучасну українську літературу. Дослідження творчості Марини Брацило проводилося в контексті мовознавчих студій. У зв'язку з цим актуальність дослідження визначається необхідністю аналізу онімів як одного з важливих складників формування художнього простору в поезіях і специфіки ідіостилю письменниці.

Мета статті – розглянути семантико-функціональні особливості онімів у поетичних творах Марини Брацило (на матеріалі збірки «Я зроду тут живу...»). Завдання дослідження – визначити особливості онімного письма поетеси.

Виклад основного матеріалу. Онім – власна назва, що виражена словом, словосполученням чи реченням і слугує для виділення названого нею об'єкта серед інших об'єктів для його індивідуалізації та ідентифікації [2, с. 133].

Багатогранна дійсність сьогодення відтворюється в поезіях завдяки широкому використанню ономастичної лексики, представленій різними класами й розрядами, найбільшим із яких є антропонімічний шар, що містить антропорелії доби, яка зображується письменницею з позицій історичної правди або сучасних реалій.

Антропонім – вид оніма, будь-яка власна назва людини (чи групи людей) [2, с. 40]. У збірці «Я зроду тут живу...» частина антропонімів виконує суто номінативну (називну) функцію, використовується для того, щоб однозначно називати героїв і диференціювати їх від інших персонажів:

Позіхання придушує: «Борю, їсти вже час!» [3, с. 70];

Наталко! Талочко! Натале! [3, с. 80];

Прійми вітання від Марічки [3, с. 80].

Саме без таких назв, запозичених із реального антропонімікону, не можуть існувати будь-які літературно-художні тексти всіх жанрів, адже автор не відриває персонажі від реальних подій.

Варто звернути увагу на антропоніми в поетичній спадщині Марини Брацило, які виконують емоційно-стилістичну функцію. Це реальні антропоніми, які називають конкретних людей з оточення поетеси, її особистих знайомих і друзів:

Мій друже Валько! (Валентин Терлецький – письменник, музикант)

Сядемо до столу [3, с. 85];

Ми знову самі,

Мов в дитинстві – Юрась і Маринка [3, с. 104].

Відтворюючи буденне життя, поетеса найчастіше вдається до однолексемного іменування, номінуючи особу лише ім'ям чи похідним варіантом його. Ці антропоніми наділені супровідними конотаціями, адже саме через імена виражається ставлення автора до того чи іншого персонажа.

У поезіях Марини Брацило представлені імена відомих діячів світової культури: *Сальвадора Далі* – каталонського художника, скульптора, гравера, письменника; *Вільгельма-Ріхарда Вагнера* – німецького композитора, диригента, теоретика музики, письменника-публіциста:

Я люблю його стримано –

Як люблять готичні собори.

Так люблять полотна Далі

і музику Вагнера [3, с. 147].

Саме ці антропоніми є в текстах засобом актуалізації художнього часу і простору, допомагають поринути в минуле. Вони виконують хронотопну функцію, яка полягає в тому, що автор відтворює в художньому тексті картину того часу, який він описує, використовуючи іменник того ж періоду [1, с. 79].

Хороніми (вид оніма, власна назва будь-якої території, області, району, краю [2, с. 188]) у поетичних текстах М. Брацило виконують номінативно-ідентифікаційну функцію (географічна назва виступає в ролі хронотопу). Хороніми найчастіше вживаються для показу глобальних подій і явищ:

Цікаво, звідки ця фраза?

я ж жодного разу

не був у Греції [3, с. 174];

А людно як, людно!

Народу – неначе в Китаї [3, с. 146].

Наскрізним і найбільш вагомим для ментальності нашого народу є хоронім *Україна*, який є місцем дії, Батьківщиною, найвищим і найдорожчим символом. У поезіях М. Брацило цей хоронім виконує емоційно-стилістичну функцію:

Сном забулась сумна Україна,

Тільки пісня прадавнього краю [3, с. 25].

Позитивне ставлення до України засвідчує наявність різноманітних іменувань (*Вкраїна, Мати*):

Моя Мати велична,

Україна моя! [3, с. 17];

Бо б'ється два серця в грудях:

Моє і моєї Вкраїни [3, с. 26].

Хоронім *Україна* також може символізувати біль і страждання людей, коли виступає в значенні «народ України»:

Що з тобою, моя Україно? [3, с. 25];

Де ти був, як стогнала твоя Україна [3, с. 32].

Як бачимо, хоронім *Україна* є дуже вагомим у поетичному світі Марини Брацило, про це свідчить висока частотність уживання цієї назви в загальній топонімічній парадигмі.

Численною в поезіях М. Брацило є група міфонімів. Міфонім – це власна назва будь-якого вдуманого об'єкта онімного простору; назви богів, духів, героїв, надприродних сил, які вживаються в міфах, епопеях, казках, билинах [2, с. 122]. Такі власні назви здатні приховувати значну частину інформації, їх значення є символічним, тому міфоніми в поезіях допомагають авторові виразити своє ставлення до зображуваного. Міфоніми в досліджуваних поезіях відзначаються особливою експресивністю й поділяються на три групи.

До першої групи належать міфоантропоніми – власні назви людських істот у міфах, билинах, яких людина уявляла собі як такі, що реально існують [2, с. 122]:

Пізно, надто пізно згадую

Я тебе, Пігмаліоне (скульптор, цар Кіпру) [3, с. 50];

Плаче, плаче Ясон (герой давньогрецьких міфів, ватажок аргонавтів),

Лезо гострить Медея (чарівниця) [3, с. 143].

Найбільш уживаним міфоантропонімом у поезіях Марини Брацило є *Прометей* – у грецькій міфології син титана Япета й німфи Клімени:

... тебе в обійми

з твоєю брехнею

Аїд не прийме

чекай Прометея

він полум'я виїме [3, с. 158];

Прометей завжди вважався символом нескореного духу й жертвності:

І чому говорити не будеш про те, як

Розпинали на скелі кати Прометея [3, с. 32].

Друга група представлена міфозоонімами – власні назви тварин, які реально не існують, але людина уявляла їх реальними [2, с. 123]. У збірці М. Брацило зафіксований тільки один міфозоонім – *Пегас*. У грецькій міфології чарівний крилатий кінь *Пегас* здавна відомий і згодом став символом поезії та поетичного натхнення:

Щоб Пегаси стали шкапами,

Щоб безсилля їм боліло

І слова спокути капали

На прихилени коліна [3, с. 63].

Третю групу становлять міфотопоніми – власні назви географічних об'єктів, які реально не існують, але згадуються в міфах [2, с. 123]:

Ми ж бо зрадили світлий Едем (райський сад)

За єдину незбагнену мить [3, с. 37];

Щоб ти на Олімпі (гора), *доню,*

Зустріла любов безсмертно! [3, с. 30].

Варто зауважити, що особливістю онімного письма Марини Брацило є активне використання біблійних назв. У бага-

тьох поезіях аналізованої збірки зафіксовані теоніми (власна назва Бога, божества в будь-якій релігії, міфології, пантеоні [2, с. 170]), які хоч і не є дійовими особами, але слугують засобами образності. Найчастотнішим теонімом у мовопросторі збірки «Я зроду тут живу...» є лексема *Бог*:

*Розвішує зелене віхоття
Межи гіллям старенький Бог* [3, с. 138];

Самотній Бог [3, с. 142];

*Чи розпачлива певність,
що все устаткує Бог...* [3, с. 146];

*Все це прекрасно – Господь мені свідок –
Сп'яну забути про побут і зло* [3, с. 127].

Інокли теонім *Бог* використовується як звертання, що супроводжується висловлюванням прохання про допомогу, заступництво чи покарання:

Але сказав: «Не винен, Боже!» [3, с. 88];

Але як же я – Господу! –

знову побачити хочу

Твоє сонячне тіло, –

аж млосний зривається крик [3, с. 111].

Близькими до теонімів є агіоніми (імена святих). Однією з найбільш уживаних є назва *Мати Божжа*, яка має багату палітру. Це засвідчує і словник синонімів, який подає таке визначення: «Богородиця (у християнській релігії – назва матері Ісуса Христа), Богоматір, Божжа (Господня) мати (матір), Мати (матір) Божжа, Пречиста Діва (Мати), Діва Марія» [4, с. 79]. У поезії Марини Брацило агіонім *Мати Божжа* має найрізноманітнішу варіацію форм:

А на хмарі Пречиста

Стояла, обійми простерши... [3, с. 14];

І скорботна Матір Божжа

Дивиться з ікон [3, с. 21];

І Господа нашого

Матір Пречиста [3, с. 138].

Варто зазначити, що, на думку І. Грималовського, назва *Пречиста Діва* є перифрастичним словосполученням, яке описово означає поняття «мати Бога Ісуса Христа» [5, с. 194].

Негативного забарвлення набуває агіонім *Іуда (Юда)*:

Не всупереч, а за бажанням Юди

Він у моїй історії пребуде

Як зрада мною – давньої мене,

Як скривлення нове колишніх вуст... [3, с. 81].

Досить поширеними в поетичних текстах М. Брацило є інші біблійні імена. Наприклад, оніми *Адам* («чоловік», «перша людина», «праотець») і *Єва* («жінка», «спокусниця»):

Існує день, де я йще сміюсь

Оплутуючи сміхом, мов шовками

Того хто залишився у раю

Після падіння Єви і Адама [3, с. 91].

Як антонімічні відповідники вживаються форми онімів *Кайн* та *Авель* – синів Адама і Єви. Це імена не тільки старозавітної історії, а й українських легенд, що відбиває й поезія:

А на місяці завше – і Авель. Не тільки що Кайн.

А під місяцем – двом (і навіки) дорога лягла [3, с. 54].

Онім *Кайн* наділений негативною емоційно-оцінною конотацією – убивця брата, утілення жорстокості:

Ранок, нерозкаяний, мов Кайн,

Кров із пальців зміє у воді [3, с. 55];

Можливо, завинивши, Кайн

Закляк із жаху на траві [3, с. 88].

Один раз згадано в поетичних текстах Марини Брацило ім'я *Соломона* (другий та улюблений син царя Давида) і його коханої – нареченої *Суламита*:

Хто знає, скільки Суламита

Царю ще снилася по тому [3, с. 124];

Чарівний персню Соломона,

Скажи мені, а це минеться? [3, с. 125].

Як бачимо, найвиразніша та найчастотніша функція біблійних онімів у поетичній мові – символічна. Традиційно в українській літературі лексема *Іуда* є символом зрадника; *Кайн* – символ братовбивці, злочинця; *Авель* – символ невинної жертви; *Єва* – жінки; *Адам* – чоловіка; *Соломон* – мудрості та розуму; *Суламита* – ідеал краси.

Біблійні оніми у поетичному доробку М. Брацило є стилем за формою засобом передачі інформації, а перелік розглянутих назв, ураховуючи їх кількісну динаміку та смислове наповнення, дає змогу визначити ключові поняття індивідуального поетичного світу митця.

У збірці Марини Брацило «Я зроду тут живу...» представлені асоціоніми, що виконують емоційно-стилістичну функцію. Варто зазначити, що термін «асоціонім» уведено до широкого наукового вжитку лише нещодавно, в основі цього поняття лежить перехід загальної назви у власну. Такі назви зазвичай мають вагоме значення для поета, адже є важливим компонентом семантичної структури творів і поєднані з її ідейним змістом:

Навколо сиплячи проміння,

Та квітка росяна – Надія [3, с. 16];

Що Істина тільки незрячим

Свою відчиняє браму [3, с. 18].

Асоціоніми привертають увагу до речей, що уособлюються в художніх творах в іпостасі засобу образності:

І про те, як вмирили за Правду і Волю,

І про те, що боїшся не зради, а болю... [3, с. 32];

З жалю і смутку Вічність зростить квіти [3, с. 34];

Ти думав, до тебе постукала Слава? [3, с. 54].

Частотним в аналізованих поезіях є асоціонім *Смерть*, який залежно від контексту наближається до поняття *Самотність*:

Ти думав, до тебе постукала Слава?

Дивися уважно: це Смерть [3, с. 54];

Тільки Смерть блукає тут, незрима,

Але й її притулку не знайти [3, с. 20].

Перехід апелювативів в оніми – це засіб осмислення реальності поза часом і простором, тому онімізуються здебільшого філософські, онтологічні, морально-етичні та естетичні категорії.

Особливе місце в побудові художнього світу посідають так звані фонові оніми (термін Г. Лукаша), які не лише допомагають увиразнити розповідь, надати більшої достовірності описуваним подіям, а і є певними мовними символами. Фонові оніми також стають відображенням історії Запорізького краю від минулого до сучасності. Фонові оніми, як правило, є факультативними, проте в певних контекстах вони можуть ставати ключовими: виступати в ролі своєрідних конкретизаторів хронотопу, містити об'ємну історико-культурологічну інформацію, необхідну для сприйняття й осмислення тексту читачем, висловлювати головну думку автора, розкривати ідею.

Фонові оніми в поезіях М. Брацило представлені такими класами:

1. Гідронім – вид топоніма, власна назва будь-якого водного об'єкта, природного чи створеного людиною [2, с. 69]:

Хто його утїмає

В Дніпровій бистрині [3, с. 16].

2. Оронім – вид топоніма, власна назва будь-якого елемента рельєфу земної поверхні [2, с. 69]:

Так, аби твоє серце

на мить завмерло

аби і висока Говерла

позаздрила світлій смерті [3, с. 105].

3. Геортонім – вид хрононіма, власна назва будь-якого свята, пам'ятної дати, торжества, фестивалю [2, с. 69]:

На Івана Купала

Я вінок заплела [3, с. 15];

Лиш під Різдво

Умер останній запах квітів [3, с. 39].

4. Космонім – вид оніма, власна назва будь-якого об'єкта космічного простору – зірок, сузір'їв, галактик, планет, їх супутників, назви астероїдів, комет, метеоритів [2, с. 109]. Передусім відзначимо, що в прямому лексичному значенні *Всесвіт* у поезіях Марини Брацило не вживається:

І Всесвіт зна: життя не має меж [3, с. 33];

Як я тебе у Всесвіті шукав! [3, с. 36];

Зорі облітають пелюстками:

Яблуні у Всесвіті цвітуть... [3, с. 55];

Ця тасмниця вже належить Всесвіту

Як вітер і небес глибока синь [1, с. 122].

5. Астронім – різновид космоніма, власна назва окремої зірки, а також сузір'я, галактики, туманності [2, с. 52]. У збірці «Я зроду тут живу...» зафіксовано астронім *Сонце*, який уживається як у прямому, так і в переносному значенні:

Ти сказав іронічно:

«І Сонце не встане:

Не настане весна...» [3, с. 62];

Все шукаєм, убогі й голі,

Скажи мені, Сонце,

Чому усі квіти різні [3, с. 40].

М. Торчинський серед різновидів космонімів окремо виділяє такий клас, як зодіоніми – власні назви сузір'їв [6, с. 312]:

Йде ніч Великим Возом

Стелить місяць довгі тіні [3, с. 103].

Після аналізу космонімів та астронімів можемо стверджувати, що це вже не зовсім власні назви, а скоріше, оніми, які перейшли до розряду апелятивів. На нашу думку, такі відонімні апелятиви стають виразниками авторської концептуальності.

Висновки. Як засвідчує поетичний ономастикон збірки Марини Брацило, більшість уживаних у досліджуваних текстах власних назв – це антропоніми, хороніми, міфоніми, теоніми й агіоніми. Периферійну частину онімного простору творів поетеси займають асоціоніми та фонові оніми.

Варто відзначити, що в поезіях переважають такі класи онімів: біблоніми й міфоніми. Висока частотність уживання таких назв свідчить, що Марина Брацило значне місце відвдала релігійній лексиці. Біблоніми та міфоніми надають поезіям урочисте, релігійне, інколи навіть сатиричне звучання. Тобто автор використала ці групи онімів для творення художніх образів. Власні назви в збірці «Я зроду тут живу...» становлять

невід'ємний компонент структури й вагому частину художнього твору.

Отже, оніми сприяють інформативній насиченості поезій, створюють інтелектуальне підґрунтя тексту та глибоку смислову перспективу. Власні назви передають емоційне ставлення мовця до дійсності за допомогою додаткових значень, а також дуже часто містять символічний зміст. Оніми допомагають створити художній образ, підкреслюють його індивідуальні особливості, роблять його більш інформативним.

Література:

1. Коржанова Ю.В. Онімний простір поетичного тексту (на матеріалі поезії Бориса Олійника). *Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського. Серія «Гуманітарні науки»*. Кременчук, 2008. Вип. 6 (53). Ч. 2. С. 78–82.
2. Бучко Д.Г. Словник української ономастичної термінології. Харків : Ранок-НТ, 2012. 256 с.
3. Брацило М.А. Я зроду тут живу: Рання лірика, спогади сучасників. Запоріжжя : Дике Поле, 2018. 248 с.
4. Словник синонімів української мови : у 2 т. / ред. А.А. Бурячок, Г.М. Гнатюк, С.І. Головащук. Київ : Наукова думка, 2001. Т. 1. 1027 с.
5. Грималовський І.С. «Наука, або способ зложення казання» І. Галятювського і становлення української релігійної терміносистеми. *Сучасна українська богословська термінологія: від історичних традицій до нових концепцій* : матеріали Всеукраїнської наук. конф. Львів, 1998. С. 191–196.
6. Торчинський М.М. Власні назви космічних об'єктів. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. Вип. 24. С. 311–315.

Tkachenko N. The onym space of M. Bratsylo's poetry (on the material of the volume "I am living here...")

Summary. The creative achievements of Marina Bratsylo, a talented poet and songwriter from Zaporizhzhia, have not been studied at all. M. Bratsylo is known as a poet and the author of six volumes of insightful lyric poetry. The volume "I am living here...", which contains the earliest poetic masterpieces of the poet, is interesting from the onomastics point of view. Today it remains relevant to study the individual and author features of the use of proper names in the poetry of Marina Bratsylo.

The onyms used in Marina Bratsylo's poems can be divided into several groups: anthroponyms, toponyms, eponyms, theonyms, agionyms, associated onyms, background onyms.

Anthroponyms, which perform a nominative function and are characterized by the absence of accompanying connotations, were recorded in the poetry of Marina Bratsylo. The poet more often resorts to the one-to-one naming, nominates the person only by the name or the derivative one of it. This is a kind of image of the common people.

Eponyms are the proper names of any fictitious objects of animate space: the names of gods, spirits, heroes, supernatural powers used in myths, epics or fairy tales. The eponyms in the poetry under study are marked by particular expressiveness and are divided into three groups: mythological anthroponyms, mythological zoonyms and mythological toponyms.

It should be noted that the peculiar feature of Marina Bratsylo's onym writing is the active use of biblical names. In many poems of the analyzed volume have been recorded theonyms (the proper name of God). The most frequent theonym in the linguistic space of the volume "I am living here..." is the lexeme God.

A special place in the construction of the artistic world is occupied by the so-called background onyms, which

help to give greater credibility to the described events and to act with certain linguistic symbols. Background onyms also become a reflection of the history and topography of the Zaporizhzhya region from the ancient times to the present.

Thus, such categories of onyms as biblical onyms and mythological onyms are dominated in the poetry of Mari-

na Bratsylo. The high frequency of usage of such names in the poetry of Marina Bratsylo is the evidence of the religiosity of the poet's worldview. Own titles in the volume "I am living here..." are an integral component of structure and a significant part of a work of art.

Key words: anthroponym, onym, onomastics, mythological onym, theonym, toponym.

Томусяк А. О.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКИХ ІНТЕНЦІЙ ФІГУРАЛЬНО-РИТОРИЧНИМИ СИНТАКСИЧНИМИ ЗАСОБАМИ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Анотація. Стаття містить детальний опис таких засобів експресивного синтаксису, як комплекс «питання-відповідь», риторичне питання, які ми називаємо фігурально-риторичними засобами. Проблеми експресивного синтаксису сьогодні не мають повного наукового висвітлення. Зокрема, це стосується й визначення спектру синтаксичних засобів, які надають текстові експресивного забарвлення. Опираючись на значні напрацювання в дослідженні експресивності художнього тексту, уважаємо, що кожна синтаксична конструкція, використана вміло, оригінально й по-своєму, у художньому мовленні є фігурально-риторичним засобом, оскільки може містити великий потенціал естетичності, експресивності, мати потужну впливову силу на читача. Головною ж настановою всіх фігурально-риторичних структур є відображення авторського світогляду, його мовних уподобань, мистецького таланту в реалізації свого комунікативно-інтенційного плану.

З погляду синтаксису будь-яке авторське мовлення є базою організації змістово-фактуального матеріалу, тканиною сюжету твору, куди вставляються різні способи викладу матеріалу. У статті з'ясовано, що питальні висловлення як окремий модально-інтенційний різновид синтаксичних одиниць є значно поширеними в художньому мовленні. Потужний експресивний потенціал репрезентують комплекси «питання-відповідь» у монологічному мовленні, тобто автодіалоги (ми вважаємо їх риторичними), які імітують живу розмову, залучаючи до неї читача, допомагають авторові розкрити перед читачем свій внутрішній світ, створити неповторні художні образи. Риторичне питання як окремий прагматичний різновид речень, що корелює з поняттям непрямого мовленнєвого акту, оскільки в його основі – синтаксична транспозиція: використання одного висловлення в значенні іншого, реалізує авторський намір максимального впливу на адресата, створює ефект відповідної перлокуції. Риторичні питання є активізуючим засобом, вони тільки імітують пошук інформації, а не є мовленнєвою дією запитування. Риторичне питання надає величавості описові, естетично прикрашає розповідь, і це, безперечно, позитивно впливає на почуття й духовне сприйняття тексту. Інтерогативні конструкції емоційно виражають думку-судження, а не питання як форму запиту, вони не містять звернення до інших учасників мовленнєвих ситуацій, тому не передбачають відповіді на запитання, оскільки воно стосується тільки мовця, виражає його форму мислення, його комунікативні інтенції.

Ключові слова: експресивність, інтенція, прагматика, фігурально-риторичний засіб, інтерогативність, риторичне питання, питання-відповідь.

Постановка проблеми. Проблеми експресивного синтаксису, на жаль, не мають повного різнорівневого та різноаспектного висвітлення. Зокрема, це стосується й визначення арсеналу синтаксичних засобів, що надають текстові експресивного забарвлення. Найчастіше рівень експресії вчені пов'язують із використанням системи стилістичних і риторичних фігур чи різноманітних образних засобів.

Фігурально-риторичні засоби мовлення (функціонування терміна поширене в працях Л.І. Мацько, С.Я. Єрмоленко, О.О. Крилової та ін.) з давніх часів були в полі комунікативних досліджень. Ще Аристотель у «Риторіці» виокремив ролі «оратора і ритора, слухача та аудиторії, інтенцію мовця, пафос (реакцію) слухача, функціональні типи мовних актів» [5, с. 319], а Діонісій, називаючи такі засоби «ідеями», уважав, що оратор «повинен бути схожим на Протея, що міняв свою подобу залежно від умов», «подоба ж ця створюється шляхом комбінацій ідей» [2, с. 195]. Різноманітні мовні фігури й тропи, які підсилюють образність і збагачують якості мовлення, залишаються в колі наукових зацікавлень і сьогодні, особливо з огляду на їх комунікативно-прагматичне спрямування й тенденції в їх функціонуванні. У філологічних студіях такі фігури мовлення називають неоднаково: як певну форму, що виражає думку, як відхилення від узвичасної форми, як стилістично марковані структури тощо. Зокрема, І.І. Ковтунова зазначає, що художня творчість полягає не в порушеннях формальних граматичних правил, а її оригінальність у «семантичних і функціональних *перетвореннях* (виділення наше – І. К.) мовних засобів», оскільки художнє мовлення «створює свої позитивні мовні цінності, які розширюють функціонально-семантичні можливості мови і перетворюють мовлення у мову мистецтва» [3, с. 4].

О.О. Крилова, розмежовуючи художні тропи й фігури мовлення, зазначає, що тропи є «суміщенням двох семантичних планів в одиниці форми», а «фігурами мовлення можна назвати підсилювальні експресивності мовлення синтаксичні побудови, наприклад, анафору, епіфору, риторичне питання тощо» [4, с. 233]. З опертям на величезні напрацювання в цьому плані вважаємо, що кожна синтаксична структура, використана вміло, оригінально й по-своєму, у художньому мовленні є фігурально-риторичним засобом, оскільки може містити великий потенціал естетичності, експресивності, мати потужну впливову силу на читача. Головною ж настановою всіх фігурально-риторичних структур є відображення авторського світогляду, його мовних уподобань, мистецького таланту в реалізації свого комунікативно-інтенційного плану.

У художньому тексті як продукті естетичного спілкування досить поширене функціонування властивого діалогічному мовленню комплексу «питання-відповідь», що є ознакою передовсім усно-розмовного синтаксису й репрезентує відтворення живого, усного мовлення в канві літературного простору. Однак варто враховувати, що в художньому тексті виражальні синтаксичні структури, які прийшли з розмовного мовлення, пов'язані з ним лише за походженням, оскільки вони привносять стилістичний відтінок, стають спеціальним експресивно-стилістичним прийомом, їх уживання є мотивованим, продуманим автором, а не спонтанним, як це відбувається в живому мовленні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різне тлумачення логічної природи питання зумовило існування в лінгвістичних дослідженнях значної кількості суперечливих думок і висловлень. У кінці ХХ століття проблематика інтерогативності активізувалася з виникненням концепції «прагматичного повороту» в лінгвістиці, пов'язаної з працями Дж. Остіна, Г. Грайса, Дж. Серля, Д. Вандервекена та ін. Сьогодні поширення здобула теорія мовленнєвої діяльності (О.О. Леонтьєв, Є.Ф. Тарасов, І.Н. Горелов та ін.).

Метою статті є лінгвопрагматичний аналіз, що полягає у виявленні комунікативно-прагматичного потенціалу інтерогативних фігурально-риторичних синтаксичних засобів вираження експресивності.

Виклад основного матеріалу. Комунікативний підхід до аналізу синтаксичних одиниць спрямовує увагу на функцію мови як засіб спілкування, тому важливе місце серед його проблем посідає проблема інтенційності, адже форма висловлення залежить від інтенції, або комунікативного наміру мовця. Комунікативний намір мовця асиметричне з мовною формою інтерогативності. На цій основі можна виділити цілий клас інтерогативів, у яких ілюктивна сила не збігається з мовним значенням, експансуючи смисли інших модально-інтенційних висловлювань. Отже, у комунікативному аспекті інтерогатив – це інтенційний засіб мовленнєвого спілкування, що використовується мовцем з метою здійснення своїх комунікативних намірів.

У мові художнього твору інтерогативи репрезентують низку вторинних функцій, спрямованих на вираження різних емоцій, авторських оцінок, експресивного стверджувального реагування чи заперечення, підтримування контакту при відтворенні спілкування персонажів, на репрезентацію інтенційно-модальної семантики непитальних висловлень. Саме такі комунікативно-функційні особливості, коли питальні комплекси стають маркерами експресивності, є предметом нашої уваги.

Автор художнього твору послуговується формою питання для активізації уваги читача саме на тому чи іншому своєму твердженні, а також спонукає його розмірковувати над ситуацією, поступками персонажів чи їхніми міркуваннями. Разом із тим такі мовленнєві комплекси впливають на почуття адресата, оскільки створюють ілюзію його участі в описуваній ситуації, роблять читача її співучасником.

Питальні речення в діалогічному мовленні виконують своє пряме призначення – запитати, щоб отримати відповідь. Запит інформації акцентує на тому, що є важливим для мовця в момент спілкування.

Обов'язковість присутності співрозмовника (адресата мовлення) полягає в тому, що саме йому адресується запит.

Адресант очікує на інформацію-відповідь. Однак у плані дослідження більший інтерес становить внутрішнє мовлення героя, монолог, такий вид мовленнєвої діяльності, де відсутнє опертя на безпосередній акт спілкування, на участь інших учасників інтеракції. Уважаємо, що комплекс «питання-відповідь» у монологічній формі мовлення завжди експресивний, оскільки є актуалізованим, спонукає читача розмірковувати разом із автором чи персонажем і співпереживати з ними.

У монологічному мовленні специфікою комплексу «питання-відповідь» є те, що сам мовець (персонаж) відповідає на свої питання, тобто адресант та адресат – одна й та сама особа, як-от: *Something is wrong. Am I deluded about having sponsors? Or has Peeta's behavior made them all hang back? No, I don't believe it. There's someone out there who wants to buy me water only Haymitch is refusing to let it go through. As my mentor, he gets to control the flow of gifts from the sponsors. I know he hates me. He's made that clear enough. But enough to let me die? From this? He can't do that, can he? If a mentor mistreats his tributes, he'll be held accountable by the viewers, by the people back in District 12. Even Haymitch wouldn't risk that, would he? Say what you will about my fellow traders in the Hob, but I don't think they'd welcome him back there if he let me die this way. And then where would he get his liquor? So. what? Is he trying to make me suffer for defying him? Is he directing all the sponsors toward Peeta? Is he just too drunk to even notice what's going on at the moment? Somehow I don't believe that and I don't believe he's trying to kill me off by neglect, either. He has, in fact, in his own unpleasant way, genuinely been trying to prepare me for this. Then what is going on?* [7, с. 36].

Наведений приклад – це роздуми Кітнісс, героїні роману Сьюзен Коллінз «Голодні ігри», над ситуацією, у якій вона опинилася. Фрагмент уміщує одинадцять питальних речень. Разом із героїнею й читач намагається знайти відповіді на запитання, які турбують Кітнісс. На власні запити дівчина часто відповідає запитанням. Такий спосіб відтворення роздуму впливає на динаміку висловлення, «рухає» текст, максимально зосереджуючи увагу читача на описуваному. Супроводжуючи питальні речення реченнями-відповідями, адресант (автор) ніби розмовляє зі своїми читачами. Він шукає вичерпної відповіді не тільки для себе, а й для читача, змушуючи його розмірковувати, обдумувати варіанти відповіді, переживати разом з нею й відчувати те саме, що й вона.

Однак у мовній канві художнього тексту автор частіше вибирає й іншу комунікативну стратегію – пропонує відповідь (чи навіть низку ймовірних відповідей). Пор.: *Langdon's eyes shot open, and he drew a startled breath. He was still seated at Sienna's desk, head in his hands, heart pounding wildly. What the hell is happening to me? The images of the silver-haired woman and the beaked mask lingered in his mind. I am life. I am death. He tried to shake the vision, but it felt seared permanently into his mind* [10, с. 40].

Ленгдон, адресуючи сам собі запитання, аналізує свій стан, думки, де переплелися події минулого, теперішнього й уявного. Експресивність висловлення посилюється відповіддю – номінативними реченнями, структура яких повторюється та які побудовані на антонімії.

У мові художнього твору комплекс «питання-відповідь» стратегічно запрограмований автором: він апелює до читача з метою активізації його уваги, створюючи уявні (вигадані) діалогічні ситуації, тобто ситуації, де з'являється внутріш-

ній співрозмовник: *How can I get water? Return to the lake. No good. I'd never make it. Hope for rain. There's not a cloud in the sky* [8, с. 87].

Комплекси «питання-відповідь» – улюблений прийом багатьох письменників, оскільки така форма викладу інформації (особливо автодіалоги) дає змогу глибше розкрити внутрішній світ оповідача, авторський інтенційний обшир, передати думки наратора, його міркування, реакцію на різні описувані ситуації. Кожен автор постійно намагається привернути, завоювати увагу читачів, переконати їх в істинності зображуваного. Саме тому він послуговується комплексом «питання-відповідь», що часто містить серію питань, у тому числі й риторичних.

Риторичне запитання – це стилістична фігура, що має широке висвітлення в працях зі стилістики. Однак аналіз мовознавчих розвідок, які стосуються структурно-семантичного та комунікативно-прагматичного описів зазначених синтаксичних побудов, дає змогу стверджувати, що в їх визначенні простежується низка протиріч. Риторичним називають не власне запитання, що вимагає відповіді, а стверджувальне повідомлення певної інформації в питальній формі чи імпліцитне твердження або заперечення певної думки, експресивно забарвлене заперечення, псевдопитальне чи «уявне» речення тощо. Зокрема, на думку Н.С. Алфьорової, риторичні питання – це особливий тип номінативних одиниць, факт системи мови, якому відповідає певний тип думки, що утворює мовну семантику речення [1, с. 45]. У більшості сучасних мовознавчих праць риторичне питання розглядають як мовний засіб, основне функційне навантаження якого – інтенсифікація та смислова організація мовлення. Зокрема, С.Т. Шабат-Савка зазначає, що риторичні запитання – «це синтаксичні одиниці, що мають питальну форму й виконують функцію естетичного впливу на адресата. Вони ... слугують засобами реалізації інтенцій естетичності – чітко спланованих, умисних, не спонтанних» [6, с. 170]. Отже, риторичне питання – це вторинна функція запитання, спрямована не на одержання конкретної інформації, а на вираження емоцій, оцінок, підтримування контакту, експресивного ствердження чи заперечення, на репрезентацію інтенційно-модальної семантики непитальних висловлень тощо.

Як приклад візьмемо уривок із роману К. Маккарті «Дорога», у якому автор устами головного героя розмірковує над вічною дилемою буття – смертю:

And the dreams so rich in color. How else would death call you? Waking in the cold dawn it all turned to ash instantly. Like certain ancient frescoes entombed for centuries suddenly exposed to the day [9, с. 2].

Такі спеціальні питальні речення, на нашу думку, є активізуючими, лише імітують пошук інформації, а не є мовленнєвою дією запитання, вони є вагомим і дуже дієвим засобом акцентуації тієї теми, яку пропонує читачам автор (головний герой – батько хлопчика, виживши після апокаліпсису, разом із сином ідуть дорогою вперед у пошуках життя. Темно-сіра, місцями аж чорна, уся покрита попелом після пожежі земля впродовж тривалого часу їхнього шляху стирає в пам'яті всі кольори, які були в минулому, а залишає тільки спомини, які вже здаються в таких нелюдських умовах чимось неймовірно далеким чи навіть фантастичним). Як бачимо, автор у такий спосіб досягає неабиякої експресивності висловлення, а стилетвірні потенції риторичного питання є потужними, це функціонально-стилістичний та емоційно-експресивний

засіб у художньому тексті, обраний автором з метою реалізації його творчого задуму, надання тексту виразності, посилення впливу на інтелектуальну й емоційну сфери реципієнта, а експресивність вимагає максимального мовленнєвого розмаїття, не-нейтральної номінації, адже вона є дуже важливою умовою реалізації його прагматичної функції. Прагматика тексту виявляється не тільки в тому, що він впливає на адресата, а й у тому, що текст уміщує й імпліцитну інформацію про його автора, репрезентує його мовну особистість, його модель світу, систему цінностей, ставлення до мови. Митець завжди прагне досягнути максимальної експресивності свого продукту, оскільки вона є постійною і традиційною характеристикою мовотворчого процесу, специфічним естетичним засобом створення художніх образів. Стилістичні відтінки значення – це складники загальної семантики будь-якого речення-висловлення, які «роблять» його образним, виділяють, надають певного забарвлення, а відтак і творять неповторну палітру художнього витвору.

Найчастіше в канві художнього тексту риторичне питання реалізується в монологічному мовленні, являючи собою певне міркування, демонструючи водночас красномовність мовця, його інтенційний обшир, його картину світу. Уживання риторичних питань у складі діалогічних єдностей трапляється дуже рідко.

Частіше питальне речення створює ілюзію діалогу (співрозмовник існує тільки в уяві мовця), що також дає змогу сприймати запитання як риторичні, тобто такий «діалог» стає риторичним. Як приклад розглянемо уривок із роману Д. Брауна «Інферно»: *Beneath me, dizzily far beneath me, the red tile roofs spread out like a sea of fire on the countryside, illuminating the fair land upon which giants once roamed ... Giotto, Donatello, Brunelleschi, Michelangelo, Botticelli. I inch my toes to the edge. "Come down!" they shout. "It's not too late!" O, willful ignorants! Do you not see the future? Do you not grasp the splendor of my creation? The necessity? I will gladly make this ultimate sacrifice ... and with it I will extinguish your final hope of finding what you seek. You will never locate it in time. Hundreds of feet below, the cobblestone piazza beckons like a tranquil oasis. How I long for more time ... but time is the one commodity even my vast fortunes cannot afford* [10, с. 68].

У художньому мовленні питальна форма синтаксичної структури уможливує апеляцію до читача, що інтимізує висловлення, викликає більшу довіру до описуваного, створює відчуття «співучасті» в змальованих автором ситуаціях, дає читачеві змогу домислювати й по-своєму інтерпретувати їх. Цим самим риторичне питання з комунікативно-прагматичного погляду створює певний семантичний центр, який акцентує увагу читача, інтенсифікує зміст цілого фрагменту тексту. Риторичні питання в таких випадках можуть бути навіть ключем до розкриття ідейно-тематичного плану художнього тексту, до його найменування.

Отже, риторично-питальні конструкції – це здебільшого приховане ствердження чи заперечення, це інтонаційно-питальна констатація чогось позитивного чи негативного. Такі структури емоційно виражають думку-судження, а не питання як форму запитання, вони, на відміну від власне-питальних структур, не містять звернення до інших суб'єктів, учасників мовленнєвих ситуацій, тому не передбачають відповіді на запитання, оскільки воно стосується тільки мовця, виражає його форму

мислення, його комунікативні інтенції. У художньому тексті інтерогативи набувають експресивного заряду і є поліфункціональним емотивним варіантом питальних речень. Це тільки питальна за формою синтаксична структура, яка реалізує семантику емоційно забарвленого повідомлення та функціонує з метою максимального впливу на читача (чи співрозмовника). Разом із тим ілюстративний матеріал доводить, що в художньому тексті переважають усе-таки автодіалоги з імовірними відповідями, навіть декількома, розмірковування над важливими проблемами об'єктивної дійсності, що пропонують читачеві зіставити свої думки з авторськими, зробити власні висновки, характеристики й оцінки.

Риторичне питання є засобом діалогізації мовлення, активізації читача, сприяє посиленню впливової сили висловлення, експресивізації тексту, якої досягає автор завдяки яскравості опису, предметно-образному й емоційному змістові, інтимізації описуваного, надає риторичності цілим фрагментам твору, має потужну текстотвірну потенцію, «рухає» текст уперед, сприяє реалізації комунікативно-прагматичних інтенцій автора.

Висновки. Розглянуті фігурально-риторичні синтаксичні структури акцентують та актуалізують у лінгвальному полі художнього тексту авторські інтенційні доміанти, увиразнюють інформативні центри кожного текстового фрагмента, а відтак і всього художнього твору. Вони експлікують комунікативно-змістову організацію тексту, фокусують увагу читача на тих акцентах, які майстерно розставляє письменник як творець, суб'єкт художнього спілкування засобами мови, зокрема й синтаксичними.

Інтерогативні висловлення, будучи експресивним засобом, скеровані на підтримку контакту з читачем, вони дають авторові змогу максимально привернути увагу до розповіді, до власного мовлення чи мови персонажів, їхніх образів, внутрішнього світу.

Дослідження зазначеної проблеми в перспективі передбачає аналіз мовностилістичних особливостей творів різного жанрового спрямування, а також з'ясування гендерних переваг у використанні інтерогативних експресивних конструкцій як у художніх прозових текстах, так і в поетичному мовленні.

Література:

1. Алфьорова Н.С. Функціонування питальних речень у сучасних американських текстах : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Запоріжжя, 2012. 229 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : ВЦ «Академія», 2004. 344 с.
3. Ковтунова И.И. Поэтический синтаксис / отв. ред. Н.Ю. Шведова. Москва : Наука, 1986. 206 с.
4. Крылова О.А. Лингвистическая стилистика : в 2 кн. Москва : Высшая школа, 2006. Кн. 1 : Теория : учебное пособие. 319 с.
5. Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. Стилистика української мови : підручник / за ред. Л.І. Мацько. Київ : Вища шк., 2003. 462 с.

6. Шабат-Савка С.Т. Українськомовний питальний дискурс : монографія. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 332 с.
7. Collins S. The Hunger Games (Book 1). Scholastic Press (United States), 2008. 374 p.
8. Collins S. Catching Fire (The Hunger Games № 2). Scholastic Press (United States), 2009. 391 p.
9. Cormac Mc Carthy : The Road. URL: http://www.onlinebook4u.net/horror/The_Road/.
10. Dan Brown : Inferno. URL: <https://inferno.bib.bz/>.

Tomusiak A. Verbalization of authorial intentions by figurative-rhetorical syntactic means in the American literary text

Summary. The article contains a detailed description of such means of expressive syntax as the complex “question-answer”, rhetorical question, which we call figurative-rhetorical means. Problems of expressive syntax today do not have full scientific coverage. In particular, this applies to the definition of the range of syntactic tools that give the text an expressive color. Based on significant work in the study of the expressiveness of the literary text, we believe that each syntactic construction, used skillfully, originally and in its own way, in artistic speech is a figurative-rhetorical tool, as it can contain great potential for aesthetics, expressiveness, have a powerful influence on the reader. The main guideline of all figurative and rhetorical structures is the reflection of the author's worldview, his language preferences, artistic talent in the implementation of his communicative-intentional plan.

From the point of view of syntax, any author's speech is the basis of the organization of semantic-factual material, the fabric of the plot of the work, where different ways of presenting the material are inserted. The article finds that interrogative utterances as a separate modal-intentional variety of syntactic units are very common in artistic speech. Powerful expressive potential is represented by “question-answer” complexes in monologue speech, ie autodialogues (we consider them rhetorical), which imitate live conversation, involving the reader, help the author to reveal his inner world to the reader, to create unique artistic images. Rhetorical question as a separate pragmatic kind of sentences, which correlates with the concept of indirect speech act, because it is based on syntactic transposition: the use of one statement in the meaning of another, realizes the author's intention to maximize influence on the recipient, creates the effect of perlocution. The rhetorical question gives majesty to the descriptive, aesthetically adorns the story, and this, of course, has a positive effect on the feelings and spiritual perception of the text. Interrogative constructions emotionally express an opinion-judgment, not a question as a form of inquiry, they do not contain appeals to other participants of speech situations, so they do not provide answers to questions, as it concerns only the speaker, expresses his form of thinking, his communicative intentions.

Key words: expressiveness, intention, pragmatics, figurative-rhetorical means, interrogativity, rhetorical question, question-answer.

Холоденко О. В.,

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

Панов С. Ф.,

кандидат технічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

Смольнікова О. Г.,

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ЗВО В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Анотація. У статті розглядається важливість формування соціокультурної компетенції студентів закладів вищої освіти в процесі вивчення іноземної мови, представлені погляди вчених щодо поняття соціокультурної компетенції та її складників. Охарактеризовано соціокультурну компетенцію як комплексну структуру, що включає знання про культуру країни, соціокультурний контекст спілкування, культурних особливостей носіїв мови, їхніх звичок, традицій, норм поведінки, особливості вербально-го та невербального спілкування, знання лінгвокраїнознавчого характеру тощо. Зазначено необхідність формування соціокультурної компетенції як чинника успішної міжкультурної комунікації. Розкрито поняття соціокультурної компетенції як інтегративного утворення, яке включає країнознавчі, лінгвокраїнознавчі, соціолінгвістичні знання, уміння та навички. Приділено увагу питанню засвоєння соціально-психологічних знань як необхідних для формування соціокультурної компетенції. Охарактеризовано поняття «ментальність», що є важливим у розумінні світосприйняття представників інших культур. Підкреслено значення вживання безеквівалентної лексики. Розкрито сутність вербальних і невербальних засобів комунікації, підкреслено значення використання немовних засобів. Зазначено, що соціокультурна освіта є запорукою успішного формування професійної іншомовної комунікативної компетенції студентів за умови впровадження в навчальний процес навчального матеріалу соціокультурного змісту, який має розширити змістовність навчально-методичного комплексу з іноземної мови. Наголошено, що формування соціокультурної компетенції – когнітивний та емоційний процес, який визначається навчальною, особистісною та практичною діяльністю. Надано деякі поради щодо застосування іншомовної практичної діяльності студентів ЗВО для формування соціокультурної компетенції в процесі вивчення іноземної мови.

Ключові слова: соціокультурна компетенція, міжкультурна комунікація, менталітет, безеквівалентна лексика, вербальні і невербальні засоби, соціальна культура.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світу загострює увагу щодо узгодженості численних професійних,

соціальних, міжособистісних, культурологічних та інших зв'язків. Саме тому, на нашу думку, умовою оптимального функціонування випускника ЗВО є співвідношення сформованої професійної спрямованості й соціокультурної компетенції як складника професіоналізму. Майбутній фахівець має бути здатним до міжкультурної комунікації, яка передбачає не лише володіння іноземною мовою, а й сформовану соціокультурну компетенцію.

Грунтуючись на змісті програми з англійської мови для професійного спрямування (English for Specific Purposes (ESP) National Curriculum for Universities), зазначимо, що «професійна комунікативна компетенція вимагає володіння лінгвістичною, прагматичною та соціокультурною компетенцією. Остання, сприяє розвитку вмінь, характерних для поведінки в різних соціокультурних і професійних ситуаціях та реагування на них...» [8].

Г. Лисенко зазначає: «Майбутній фахівець повинен бути готовим до міжкультурної комунікації, мати сформовану інтеркультурну та транскультурну свідомість для визнання існування іншої національно-культурної ідентичності, яка є рівноправною з його власною культурою. Соціокультурна компетентність є частиною загальної та професійної культури особистості, оволодіння якою, зокрема, у процесі вивчення іноземної мови відкриває шлях до універсалізації якостей людини, сприяє кращому розумінню нею свого призначення у світі, формує сприйняття загальнолюдських цінностей» [9].

Соціокультурна компетенція передбачає оволодіння соціокультурними знаннями, зокрема національно-культурною специфікою мовленнєвої поведінки, у разі невідповідності до якої можуть з'явитися перешкоди в досягненні повного взаєморозуміння між учасниками комунікативного акту.

Отже, процес формування соціокультурної компетенції студентів ЗВО в процесі вивчення іноземної мови порушує низку питань щодо готовності майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціокультурна компетенція неодноразово була об'єктом дослід-

джень низки науковців, зокрема І. Беха, Е. Боголюбова, Е. Генсинської, Б. Гершунського, С. Гончаренко, В. Зінченко, Т. Колодько, Б. Ліхачова, М. Розова, С. Савченко, В. Сафонової, Н. Щуркова та ін. Важливість соціокультурної компетенції розглядається у зв'язку з розумінням загальнокультурного розвитку іншомовного суспільства, його культурологічних і країнознавчих аспектів. Зазначається необхідність формування соціокультурної компетенції як чинника успішної міжкультурної комунікації.

Теоретичне підґрунтя формування соціокультурної компетенції особистості закладено в працях С. Берардо, М. Бірама, Дж. Вальдеса, Д. Деафорда, П. Сисоевої, С. Ніколаєвої та ін.

Більшість дослідників приділяють значну увагу оволодінню фоновими знаннями, а саме знанням про країну та культуру, з метою можливості відображення мовної картини світу як ретранслятора культури народу, розуміння якої є необхідним у діалозі культур.

Проте, на наш погляд, недостатня увага приділена питанню формуванню комплексного соціокультурного складника в структурі професійної підготовки студентів у процесі вивчення іноземної мови.

Метою статті є послідовне визначення основних шляхів формування соціокультурної компетенції студентів ЗВО, виокремлення деяких важливих соціолінгвістичних і лінгвокраїнознавчих аспектів як комплексних складників зазначеного процесу, обґрунтування практичних форм роботи під час формування соціокультурної компетенції в процесі вивчення іноземної мови.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, іншомовна комунікація включає три компоненти: мовний (визначає фонетичну, лексичну, орфографічну, граматичну, семантичну і стилістичну компетенції), мовленнєвий (визначає компетенції в аудіюванні, говорінні, читанні та письмі) і соціокультурний компонент (визначає соціокультурну компетенцію).

Соціокультурна компетенція – це інтегративне утворення, яке включає країнознавчі, лінгвокраїнознавчі, соціолінгвістичні знання, уміння та навички організувати спілкування відповідно до норм і правил спілкування, прийнятих у соціумі, а також використовувати відповідні соціальні й мовні засоби в спілкуванні.

За визначенням В. Сафонової, соціокультурна компетенція складається з трьох блоків знань: лінгвокраїнознавчих знань, культурологічних і соціально-психологічних [4, с. 48]. Якщо матеріали, що є необхідними для формування лінгвокраїнознавчих і культурологічних знань, представлено досить широко в навчально-методичному комплексі з іноземної мови, то блок соціально-психологічного напрямку потребує більш детального розгляду.

Отже, соціально-психологічний блок передбачає усвідомлення того, що мовна й концептуальна картина світу є складниками національно-етнічної свідомості, яка формує спільне світобачення певної географічно, соціально та культурно об'єднаної спільноти людей. Таке спільне світобачення прийнято називати менталітетом. Менталітет – це соціокультурний продукт, оскільки формується в процесі виховання й життєдіяльності людей певного етносу чи національності. Важливо розуміти, що кожна нація сприймає світ із позиції національної ментальності. Ментальність формується в певному соціумі й, у свою чергу, визначає національний характер.

Люди певної національної групи часто формують у свідомості усталені образи, які прийнято називати національними стереотипами. На зазначені стереотипи часто накладаються культурні аспекти життя людей, їхні звички, норми поведінки, спілкування, а також соціальні, культурно-історичні, навіть географічні умови. При формуванні соціокультурної компетенції, на нашу думку, дуже важливо навчати розуміти та враховувати прояв національних стереотипів, обумовлених соціальною культурою.

Відомий соціолог культури П. Сорокін розглядав соціальну культуру як цілісне утворення й водночас як складну ієрархічну систему. Соціальну культуру П. Сорокін визначає як вихідний і вирішальний фактор соціальної системи, що є підґрунтям соціального розвитку, адже «соціальне середовище з його культурою охоплює людину з моменту її народження і з тієї пори безперервно впливає на неї, не випускаючи ні на хвилину з-під цього впливу. Жодний уникнути останнього не може, як не може не дихати тим повітрям, що його оточує» [6].

Отже, соціальне середовище з його культурою – це середовище для існування, життєдіяльності й розвитку людини, яке віддзеркалює особливості суспільства, форми організації життя й діяльності, людські стосунки, пріоритетні цінності та умови реалізації особистісних і соціально значущих потреб. Сутнісну основу соціокультурного середовища становлять духовні цінності – звичаї, традиції, обряди, мова, історія, культура, література, норми моралі та права, знання, мистецтво, естетичний розвиток суспільства, світогляд, спосіб і форми спілкування людей, а також освіта й праця як особливі типи людської діяльності, зміст яких визначається соціокультурним контекстом конкретного суспільного середовища [7, с. 214].

Отже, поняття «соціокультурне середовище», яке варто засвоїти в процесі формування соціокультурної компетенції, відображає не лише культурний, а й соціальний аспект, підкреслює соціальну основу культури людини.

Соціокультурна компетенція має ще один важливий блок – лінгвокраїнознавчий. Лінгвокраїнознавчий блок насамперед охоплює мову. Мова як один із найточніших інструментів прояву індивідуальної чи колективної свідомості передусім представлена засобами вербальної комунікації. Саме через вербальні форми спілкування відображаються значення повідомлень, які можуть містити безліч нюансів, і водночас демонструвати світобачення нації, її культуру, спосіб життя, систему цінностей фахівців різних напрямів, наприклад, перекладачів, тощо [2].

Дуже важливо донести студентам, що пізнання іншої соціокультури через мову дає можливість збагатитися знаннями про іншомовні світи, набути навичок розуміння іншомовного світосприйняття, усвідомлювати додаткові ланцюжки інформації, переносних значень і смислових нюансів, а отже, більш змістовно й глибинно розуміти сутність повідомлень, що, у свою чергу, сприяє відкриттю нових реалій та особливостей, які, можливо, відсутні в рідній культурі.

Можливість розуміти іноземною мовою національно-специфічні явища, які не мають відповідників у рідній мові, відбувається за допомогою безеквівалентної лексики, яка сприяє додатковому накладанню смислів у процесі пізнання інших культур.

Отже, мовні знання соціокультурного контексту набувають великого значення у формуванні соціокультурної компетенції.

Згадаймо, що П. Сисоев визначає соціокультурну компетенцію як рівень знань соціокультурного контексту використання іноземної мови, а також досвід спілкування й використання мови в різних соціокультурних ситуаціях [5, с. 14].

Більшість соціокультурних ситуацій пов'язані з відповідним моментом спілкування, а саме зі звертанням.

Інколи звертання до представника іншої культури викликає певні труднощі, оскільки в різних народів існують власні норми і традиції звертань. Більшість із них пов'язані із соціальним або віковим статусом.

Процес звертання зазвичай супроводжується невербальними засобами комунікації, а саме: посмішкою, жестами, зоровим контактом.

Загалом невербальні засоби комунікації несуть не менше інформаційні повідомлення, ніж словесні. Існує твердження, що майже 90% інформації в перші секунди спілкування передаються й сприймаються невербальним шляхом. Зазначимо, що кожна нація має властиві її культурі спілкування невербальні стереотипи, норми та правила невербальної комунікації, які треба знати й урахувати в спілкуванні. Володіння цими засобами спілкування поглиблює комунікацію, доповнюючи словесні висловлювання, а інколи навіть замінюючи їх.

Отже, невербальні засоби комунікації, а саме: вираз обличчя, погляд, жести, дотики, міжособистісна дистанція, інтонація, висота й сила голосу і навіть мовчання – несуть значуще змістове навантаження та можуть мати кардинальну відмінність у різних культурах. Зрозуміло, що за таких умов знання норм і правил використання невербальних засобів комунікації, притаманних певній культурі, має велике значення, оскільки невербальні засоби містять інформаційний та емоційний зміст.

Отже, на нашу думку, комплексний соціокультурний складник у структурі професійної підготовки студентів ЗВО в процесі вивчення іноземної мови має враховувати всі вищезазначені аспекти соціокультурної компетенції.

Звичайно, насамперед у ЗВО в процесі вивчення іноземної мови в студентів формується професійна іноземномовна комунікативна компетенція, проте, як зазначалося вище, вона має включати знання, уміння й навички соціокультурного складника. На цьому зосереджує увагу В. Сафонова, яка підкреслює, що «соціокультурна освіта є запорукою успішного формування професійної іноземномовної комунікативної компетенції за умови реалізації принципу дидактичної культуровідповідності, який передбачає відбір і впровадження у навчальний процес культурознавчого матеріалу, що формує соціокультурну основу навчально-методичного комплексу з іноземної мови» [3, с. 17–24].

Сучасна система освіти дає змогу впроваджувати численні засоби формування соціокультурної компетенції. Нашу увагу серед них привертають мультимедійні засоби, які можуть забезпечити студентів онлайн підручниками, надавати автентичну інформацію, сприяти активній комунікації з носіями мови тощо.

На думку Н. Гордієнко, студентство сьогодні має можливість зануритися в природне мовне середовище, хоча й у віртуальному інформаційному просторі, за допомогою інтернет-ресурсів і комунікаційних технологій [1, с. 1–3].

Використання інформаційних технологій активно застосовується студентами в проектній роботі під час вивчення іноземної мови.

Проектна робота в процесі вивчення іноземної мови – це невелике дослідження, яке включає пошук інформації, іноземну комунікацію з партнерами та іншими людьми, знайомство з особливостями інших культур, що супроводжується набуттям навичок соціокультурної комунікації.

Серед форм проектної роботи, дотичних до формування соціокультурної компетенції, найбільш цікавими, на нашу думку, є створення підкастів, блогу, веб-сайтів іноземною мовою.

Створення студентами підкастів (цифрових медіафайлів, які розповсюджуються Інтернетом) дає можливість використовувати безліч автентичних матеріалів, що, у свою чергу, сприяє сприйманню автентичного мовлення, стилістики говоріння, уживанню лексичних і граматичних конструкцій, ідіоматичних виразів, сленгу тощо.

Також великої популярності на сучасному етапі набуває діяльність щодо створення персонального блогу з метою мережевого спілкування з однодумцями. Особливо актуальним є створення англійськомовного блогу, оскільки це дає можливість значно розширити аудиторію, залучивши представників іноземного соціокультурного середовища. Ведення блогу передбачає можливість ділитися власними думками та висвітлювати своє бачення тої чи іншої проблеми, що, у свою чергу, вимагає сформованої іноземномовної комунікативної компетенції, у якій важливе місце посідає саме соціокультурний складник.

Створення студентами вищезазначених інформаційних продуктів супроводжується процесом формування соціокультурної компетенції, оскільки студенти вивчають лінгвістичні маркери соціальних стосунків, вибирають прийнятну форму звертання, дотримуються соціально прийнятих правил вступу до розмови, уживання відповідних висловлювань, вивчають і використовують інформацію соціокультурного, історико-географічного, країнознавчого характеру тощо.

Висновки. Отже, формування соціокультурної компетенції в навчанні іноземної мови студентів ЗВО є комплексним процесом, який ґрунтується на лінгвокраїнознавчих, соціально-психологічних і культурологічних знаннях. Соціокультурна компетенція є надзвичайно важливим складником іноземномовної комунікативної діяльності. Для успішного формування соціокультурної компетенції студентів ЗВО в процесі вивчення іноземної мови необхідно формувати соціокультурні знання та широко їх використовувати в навчально-практичному процесі. Шляхи формування соціокультурних знань і їх практичне використання в процесі формування соціокультурної компетенції та міжкультурної комунікації є питаннями подальшого наукового пошуку.

Література:

1. Гордієнко Н.М. Особливості формування соціокультурної компетенції у студентів немовних спеціальностей за допомогою сучасних інформаційних технологій. *Філологічні науки. Серія «Методика викладання мови і літератури»* / Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». Київ, 2013. С. 1–3.
2. Панов С.Ф. Формування культури перекладу технічних перекладачів як складова частина їх компетентнісного супроводу). *Інноваційна педагогіка*. Вип. 10. Одеса : Вид-во ПУ Пр НДІ Економіки та інновацій, 2019. Том 2. С. 158–161.
3. Сафонова В.В. Культуроведение в системе современного языкового образования. *Иностранные языки в школе*. 2011. № 3. С. 17–24.

4. Сафонова В.В. Социокультурный подход к обучению иностранному языку как специальности : дисс. ... докт. пед. наук. Москва, 1992. 528 с.
5. Сысоев П.В. Социокультурный компонент содержания обучения американскому варианту английского языка : автореф. дисс. ... канд. пед. наук. Тамбов, 1999. 20 с.
6. Сорокин П.О. Общедоступный ученик социологии : статьи разных лет. Москва : Наука, 1994. 207 с.
7. Холоденко О.В. Іншомовне соціокультурне середовище як педагогічна умова соціалізації особистості. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка* : збірник наукових статей. Чернігів, 2008. № 50. С. 213–217.
8. English for Specific Purposes (ESP) National Curriculum for Universities / Г.Є. Бакаєва, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок та ін. Київ : Ленвіт, 2005. 119 с.
9. URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5885/1/h_Lysenko_VPP_13_GI.pdf (дата звернення: 18.01.2021).

Kholodenko O., Panov S., Smolnikova O. Formation of socio-cultural competence of university students in the process of foreign language learning

Summary. The article deals with the importance of formation the students' socio-cultural competence in the process of learning a foreign language. It is presented the scientists' views concerning the socio-cultural competence and its components. It is explained that concept of socio-cultural competence is an integrative formation which includes: country stud-

ies, linguistic studies, sociolinguistic knowledge and skills. The formation of socio-cultural competence is a factor of successful intercultural communication. The socio-cultural competence is a complex which includes knowledge of the country's culture, socio-cultural context of communication, cultural peculiarities of native speakers, their habits, traditions, norms of behavior, peculiarities of verbal and non-verbal communication, knowledge of national linguistic aspects, etc. In article is stated that the issue of socio-psychological knowledge assimilation is necessary for the formation of students' socio-cultural competence. The concept of mentality is described and its importance for understanding the worldview of other cultures is underlined. The importance of using non-equivalent vocabulary is emphasized and revealed the essence of verbal and non-verbal means of communication. In article is proved that socio-cultural education is the key for successful formation of professional foreign-language communicative competence and the cultural material forms the socio-cultural basis of the educational and methodological complex in the foreign language learning. It is confirmed that the formation of socio-cultural competence is a cognitive and emotional process that is determined by educational, personal and practical activities. In article are given some usage tips of foreign language practical activities of university students for the formation of socio-cultural competence.

Key words: socio-cultural competence, intercultural communication, mentality, non-equivalent vocabulary, verbal and nonverbal means, social culture.

*Хоменко Т. А.,**кандидат педагогічних наук, доцент,**доцент кафедри німецької мови та методики її викладання
Центральноукраїнського державного педагогічного університету
імені Володимира Винниченка*

МОВНА КАРТИНА СВІТУ ДАВНІХ ГЕРМАНЦІВ: ОБРАЗ ВОЇНА

Анотація. Статтю присвячено дослідженню мовної картини світу в лексико-етимологічному аспекті. Для успішного взаєморозуміння в сучасному світі необхідно володіти знаннями про культурні феномени, рідні для співрозмовника. Оскільки всі культурно значимі реалії відображаються в мові та створюють мовну картину світу, необхідно мати уявлення не тільки про культурні надбання сучасності, а й про історично створені, відбиті в мові уявлення про світ. Дослідники розглядають мовну картину світу як результат відображення світу в мовній свідомості мовного суспільства, як відтворення способу усвідомлення реалій об'єктивного світу спільнотою людей з погляду мовного упорядкування предметів і явищ. Мовна картина світу давніх германців є базовою для багатьох мовних картин світу народів сучасності. Військові реалії посідали важливе місце в житті давніх германців, тому має сенс проаналізувати лексичні та етимологічні мовні засоби створення образу воїна в картині світу давніх германців.

Античні писемні джерела вказують на те, що військові дії були пріоритетним видом діяльності давніх германських племен і народів. Військова справа становила невід'ємну частину їхнього повсякденного життя, економічної та суспільної життєвих сфер, що й відображувалося в мовній картині світу. Слова, що позначали в германських мовах побутові поняття, могли бути позначенням і військових реалій, наприклад, *ash* (англ.) «ясен», да. *aesc*, н. *Esche* «ясен», дісл. *askr* «ясен, спис, судно». Самоусвідомлення давніх народів певною мірою відтворюють теоніми, етноніми й антропоніми. Дослідники по-різному інтерпретують назву «германці». Одна з версій показує, що *der Germane* «воїн, що видає в бою войовничий клич», «воїн у військовому загоні». Етноніми трьох гілок західних германців походять від сталого епітета бога війни *Ermin-Teuz*. Верховним богом германців був бог війни, спочатку Тив, потім Водан-Одін. Інші важливі боги пантеону – Донар, Фрей – теж пов'язувалися з військовою справою. Військові заслуги відображалися в антропонімах. Велика група власних імен утворювалася з компонентів, що означали військову битву, військову славу, військові доблесті (*Gunnhildr*, *Hildegund*, *Gunthatd*). Отже, аналіз лексичних та етимологічних мовних засобів свідчить про центральне місце образу воїна в мовній картині світу давніх германців.

Ключові слова: давні германці, картина світу, мовна картина світу, германські племена, мовний образ воїна.

Постановка проблеми. У сучасному світі діалог культур відбувається на різних рівнях, від дипломатичного до побутового. Для взаєморозуміння необхідно володіти знаннями про особливості культури, рідної для співрозмовника. Усі культурні феномени відображені в мові [1]. Семантичний шар загального образу світу О.Ю. Артем'єва називає картиною світу [2, с. 20]. У свідомості людини формується картина світу, що й проявля-

ється в її поведінці. Світ уявляється носієм культури та мови через призму досвіду, що накопичується протягом життя, і сформовані погляди [3, с. 20]. Отже, для успішної комунікації між носіями різних культур необхідно мати уявлення як про феномени сучасної культури, так і про історично створені суспільні уявлення про світ, відображені в мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ю.Д. Апресян визначає мовну картину світу через відтворення притаманного спільноті людей способу усвідомлення реалій об'єктивного світу [4, с. 357]. В останні півстоліття мовна картина світу розглядається мовознавцями як одна з актуальних тем. З.Д. Попова, І.А. Стернін досліджують мовну картину світу з погляду мовного упорядкування предметів і явищ [5, с. 68]. О.О. Корнілов характеризує мовну картину світу як результат відображення світу мовною свідомістю певного мовного суспільства [6]. В.М. Телія говорить про процеси метафоризації як один із основних засобів у створенні мовної картини світу [7].

У публікаціях останніх років І.М. Серебрянська визначає місце поняття «мовний образ освіти» в структурі сучасної мовної картини світу [8]. В.В. Гумений приділяє увагу відтворенню уявлень і понять мовної картини світу при перекладі художнього тексту [9]. Дослідниками розглядаються також можливості засвоєння мовної картини світу в процесі вивчення іноземної мови в спеціалізованих закладах вищої освіти [10].

Проблемам, пов'язаним із дослідженнями мовної картини світу, присвятили праці О.С. Косенко, І.В. Кононенко, Г.П. Лукаш, С.В. Семчинський, Н.І. Сукаленко.

Статтю присвячено таким не вирішеним раніше проблемам, як дослідження впливу лексичних та етимологічних мовних засобів на створення образу воїна в картині світу давніх германців.

Мета статті – проаналізувати лексичні й етимологічні мовні засоби створення образу воїна в картині світу давніх германців.

Виклад основного матеріалу. Відомості про давніх германців містяться в працях античних авторів. Історичні свідчення Плутарха, Гая Юлія Цезаря, Корнелія Тацита демонструють те, що основним видом діяльності давніх германців були військові дії. Весь їхній побут і суспільне життя концентрувалися навколо військової справи. Германці мали такі роди військ: піхоту, кінноту, флот. Військові атрибути супроводжували їх не лише на війні, а й у мирний час. На загальні збори всіх повнолітніх чоловіків (тінг) германці приходили озброєними, своє волевиявлення демонстрували коханням списів. Заручини та шлюб теж були приводом продемонструвати могутність роду: разом з іншими предметами жених дарував нареченій щит, спис, меч; вона також дарувала чоловіку зброю [11].

Германці вміли виробляти зброю з металів, дерева, каменю, кістки; щити яскраво розмальовували фарбами. Воїни навіть відпочивали озброєними, відпочинок часто мав військовий характер: у землю встромлювали списи й мечі вістрям догори та організовували танці юнаків серед них.

У германських мовах побутові поняття нерідко мали стосунок до військової справи, військових дій, руйнування, смерті й були притаманні всім сегментам їхньої мовної картини світу: *Kleid(ung)* (нім.) «одяг» герм. **klaīþ*, да. *clīda* «пластир на рану», днв. *kletta* «тканина, сукно», свн. *kleit* «одяг, тканина, покрив», да. *clād* «покрив, одіяння, тканина», а. *cloth* «одяг»; *ash* (англ.) «ясен», да. *æsc*, н. *Esche* «ясен», днв. *asc*, дс. *ask*, дісл. *askr* «ясен, стис, судно»; < герм. **ask-iz* «ясен» < іє. **os-/os(en)* – «ясен» [12].

Цікаво, що побутові поняття могли переходити у сферу військової справи. І, навпаки, деякі слова військового вжитку входили в щоденне життя. Так, у давньоісландській мові словом, що позначало косу для косіння, називали й меч (*Sense* (нім.) «коса» днв. *segansa* «коса», дісл. *sigðr* «коса, меч», да. *sigðe*, снн. *segede* «серп» < герм. **seg-* < іє. **sek-* «різати, сікти» [12]); а слово *Messer* (первісне значення: **mat(i)* «їжа», *sahs* «кам'яний ніж», пізніше «короткий кам'яний меч») у німецькій мові стало вживатися не в значенні «меч», а в значенні «ніж» (*Messer* (нім.) «ніж» днв. *mezzisach*; герм. **matiz* і *sachsa* > днв. *mezzi-sachs*, да. *mete-seax* «меч для їжі» [12]).

Поняття «труп», «смерть» і «корабель» позначаються в германських мовах словами, що походять від одного й того самого кореня: гот. *naus* «труп», дісл. *nā* «труп», да. *nēo* «труп»; гот. *ganawistrōn* «ховати» (< «відправляти на кораблі»), іє. **nāþ-/nēþ-* «корабель; смерть» [13, с. 65]. Також, на думку В.В. Левицького, від одного індоєвропейського кореня походять гот. *hwaīrnei* «череп», дісл. *hvegr* «казан», да., днв. *hwerg* «горщик»; розвиток «різати > посудина» або «різати > череп» має регулярний характер (іє. *(s)ker- «різати») [13, с. 75]. Треба згадати, що разом із човнами ховали в основному знатних воїнів, а з черепів ворогів виготовлялися чаші для алкогольних напоїв.

Краще за все демонструють самоусвідомлення давніх народів власні імена, імена їхніх богів і назви етнічних, мовних спільнот. Є.В. Розен та М.В. Павлюк зазначають, що назва «германці» пов'язана з військовою справою. Є.В. Розен пише, що саме слово «Германія» – латинського походження, але в його основі – етнонім *der Germane* кельтського походження: *ger* – стародавня германська зброя, етимологічне значення слова *der Germane* – «воїн, що видає в бою войовничий клич» [14, с. 8].

М.В. Павлюк припускає, що ім'я Герман (днв. *Heriman/Nařiman* «військова людина, завойовник») якраз і зберігає етнонім «германці». Слово утворилося від основи іменника *harī/heř* «орда», «(вороже) військо», «загін вояків», нвн. *Heer* «військо»//лит. *kāgė* «війна»; та іменника *man* (нвн. *Mann*) «чоловік, людина»//ді. *mānuh* «людина, чоловік», псл. *možь*. Отже, «германці» – «вояки загону» [15].

Буквосполучення *ger-*, *her-*, *gar-*, *har-* зустрічаються в назвах германських племен: гаруди, гермундури, херуски, харіни, гермінони, герули, тунгри, ангриварії, гарії, гревтунги. Хоча ці назви могли бути етимологічно не пов'язаними з військовими діями, але вони будують фонетичні асоціації з військовою загрозою (герули (*heruli*)) – назва германського племені, якому приписується знання рун [13, с. 86].

Але були й мовноагресивні назви племен. Уважається, що назва «сакси» походить від *sahs* «короткий меч» [14, с. 9]. Назва морських завойовників «вікінг» утворилася від норв. *vik* «затока, бухта» або герм. **wih-/wig-* «боротися» > **wigning* > *wiking* «войовник, воїн» [13, с. 99]. За однією з версій, слово *vandali* пов'язане з коренем **wand-/wind-* і позначало «спис», гот. *wandus* «прут», дісл. *vondr* «палка» [13, с. 478]; тобто вандалі – люди, озброєні списками. З етимологізованих імен германських племен можна назвати батаві («сильні»), квадів («злі»), хаттів («бійці») [16]. Інтернет-джерела подають дискусійну етимологію етноніма херуски (*cherusci*): 1) назва на честь молодого оленя; 2) Якб Грімм виводить назву херусків від слова «меч».

Деякі етноніми виникли на основі слів, що є сталими епітетами бога війни *Ermin-Teuz* («високий»). С.Г. Проскурін стверджував, що текст Корнелія Тацита дає змогу реконструювати германський «прототекст» завдяки алітерації як засобу спорідненості: імена германських етносів алітерувалися з іменами їхніх родоначальників. Отже, можна відновити германський «протовірш» у формі тули: «*Ingui: *Ermin Teus: Istwas*» [17, с. 130]. Стає очевидним, що етноніми трьох гілок західних германців походять від назви бога війни (*Inguaeones*, (H) *erminones*, *Istaeones*). Окрім інгвеонів, іствеонів і (г)ермінонів сюди ж можна зарахувати етнонім «гермундури».

Надійним джерелом германської міфології є скандинаво-германська міфотворчість. У пантеоні германців було багато богів, очолював пантеон верховний бог. У мовознавстві назва бога в германських мовах **guda-* є дискусійною. Це слово порівнюється і з дінд. *hūta-* «покликаний», *hávātē* «кличе» (отже **ghutō-* – «той, кого викликають чарівництвом»), з дінд. *juhóti* «підливає масло у вогонь, жертвує» (отже, **guda-* – «той, кому поклоняються, кого почитають») [13, с. 68].

На чолі спочатку стояв Тив (Тив, Ціо) – бог війни. Як показав В.В. Левицький [13, с. 65], герм. **tiwaz* пішло від іє. **dejeu-* – один із варіантів кореня з гетероклітичною основою *-eu/-n-* **dejeu-/dejen*. Він походить від іє. **dej-/di-* «сяяти, блищати». Отже, верховне божество індоєвропейців було богом неба й світла (сонця). У германців же це верховне божество перетворилося на бога війни, коли темна лють божества затьмарювала світло, адже воювати можна не лише при світлі дня, а й уночі, як це робило плем'я гаріїв; можливо, з такою заміною функцій верховного божества пов'язано те, що германці добу нараховували не днями, а ночами; роки – зимами (природа ніби вмирає, світловий день набагато скорочується), а не літами.

Значення Тива поступово зменшувалося. Головним став інший бог – Вотан або Водан (Вуотан, Одін): **Wōdinaz*, дісл. *ōðinn*, днв. *Wuotan*, да. *Wōden*), який виконував функції воїна та жерця. Етимологія слова **wōdinaz* пов'язана з н. *Wut* «гнів» (< герм. **wōdaz* «одержимий, шалений, лютий»). Верховний бог Одін був заступником воїнів та опікувався поезією (дісл. *ōðr* «поезія, одержимість», да. *wōř* «спів, голос, поезія», лат. *vātēs* «пророк, провісник», дісл. *faith* «поет», дінд. *vāth* «вітер, бог вітру»; < іє. **u̯e-/u̯e-* «дути») [13, с. 66]. Одін володів зброєю – списом Гунгнір, який завжди влучав у ціль.

Із воїнів, загиблих у бою, Одін збирав свою дружину, своє військо. Він посилав його особистих служниць валькірій, щоб вони приводили до нього в палац вояків, на яких чекала смерть у військових походах. Одін вирішував долю битви, а валькірії виконували його волю, іноді він дозволяв вирішувати їм самим.

Існує також пізньогерманський переказ, що Один на своєму коні та разом з бойовою дружиною ширяє в повітрі над полем битви, даруючи перемогу більш гідним воїнам-людям. У палаці Одіна Вальгаллі на обраних валькіріями воїнів чекав постійний бенкет: вони з'їдали вепра, який на наступний день відроджувався знову, пили мед, воювали один із одним до смерті, але ввечері Один і валькірії оживляли їх. Існування в палаці Одіна германці сприймали як благо: воїнам потрібні були битви та нагорода за них. Цикл із безкінечно повторюваних військових сутичок і бенкетів задовольняв ці прагнення. Міфи стверджують, що коли настане кінець світу, Один поведе в бій своє військо. Усі інші люди після смерті потрапляли до богині Хель (Геллії) (нвн. Hölle), у країну льоду й туману.

Перший компонент слова «вальхалл» (дісл. valhöll, н. Walhall). походить від іє. *çel- «рвати, роздирати»; н. Walstatt «поле битви», днв. walstat, да. wæl «полеглі; бойовище», дісл. val «мертві на бойовищі»; < герм. *wala- «полеглий на полі битви». Другий компонент слова «валькірія» – куг – походить від іє. *gēçs- «пробувати, вишукувати», герм. *keus- «вибирати»: а. choose, н. kiesен; Кур «вибір», гот. gakusts «випробування, проба». Отже, слово valkyrja «валькірія» можна пояснити як «та, що вибирає воїнів під час бою», тобто богиня, що вирішує долю воїна [13, с. 70].

Германці шанували також бога грому Донара (Тор): дісл. þórr, þunarr, да. þunor, дс. Thunar, днв. Donar; герм. *þunraz «грим», що походить від іє. *(s)ten-/ton- «гриміти, гуркотати»). Він уважався великим воїном, богом війни та перемоги; у деяких областях Тора вшановували як заступника землеробів. Він теж мав при собі зброю – молот Мйоллнір (дісл. mjöllnir < *meldunijaz // дпрус. mealde «блискавка», рос. молния < *мыдньі-) [13, с. 67], яким і карав винних. Молот міг розколоти все та вбивав будь-якого ворога.

У германців не було «спеціального» бога сонця. Ці функції виконував бог Фро (Фрейр). Етимологія слова до кінця не вивчена, одна з розповсюджених думок – це походження слова Freyr від індоєвропейського кореня (днв. інд. праçаṇā «нахилений наперед»; дс. frao, да. frēa, днв. frō, дісл. Freyr, що означає «пан, хазяїн») [18]. Він уважався богом любові, миру, шлюбу й родючості. Як не дивно, Фрейр теж був воїном, він володів мечем, який самостійно вбивав ворогів, без участі в цьому його хазяїна. Але, закохавшись у прекрасну жінку-велета, Фрейр віддав чарівний меч і свого коня. У колісницю Фрейра був запряжений вепр (агресивна та небезпечна тварина) із золотою щетиною, мабуть, як уособлення сонячного світла. М. Тодд [19] стверджує, що вепр був водночас символом родючості й стягом, що захищав воїнів.

Цікаву інформацію про усвідомлення себе у світі можуть надати також антропоніми. Основна функція антропонімів – називання конкретного суб'єкта, виокремлення його з маси інших аналогічних. Протягом життя давня людина отримувала кілька імен. Перше ім'я надавалося при народженні й зазвичай було секретним. Близькі називали дитину на прізвисько, яке її характеризувало. При ініціації молоді люди часто отримували ще одне ім'я, а в подальшому житті ім'я собі могли вибрати самі. Уважалося, що функція власних імен – магичний вплив на долі людей і «прищеплення» якостей, які були необхідними для життя та виживання в тодішніх умовах. Зазвичай увага акцентувалася на бойовому запалі, відвазі, хитрості, силі, мудрості, здатності перемагати, бути улюбленцем долі та богів.

Германські власні імена відомі зі свідчень античних авторів і середньовічної художньої літератури. Імена героїв в цих текстах дуже часто мають символічне значення: Siegfried означає «благородний, сильний воїн», «герой»; Hadubrand, Hildebrand – «той, хто користується мечем у битві» (hadu-, hild- – битва, -brand – меч); Beowulf – «воїн» (bēo-wulf «бджолиний вовк, ведмідь»).

Середньовічні літературні твори, наприклад, «Пісня про Хільдебранда», «Пісня про Нібелунгів», «Беовульф», «Коло Земне» та інші, розповідають про людей і події германської доби. Велика концентрація подій зумовлює численність персонажів. Отже, сучасним мовознавцям доступна для дослідження досить велика кількість германських антропонімів. Найдавніших із них нараховується близько двох тисяч, перші особисті імена германського походження виникли в 7–4 ст. до н. е. [14, с. 36].

Германські імена в більшості були двоскладовими, але могли не утворювати семантичне ціле, хоча загальний зміст імені був досить прозорим. Частина германських власних імен містить компоненти, що асоціюються з любов'ю, дружбою, миром: Gottfried (gott- «бог», -fridu «мир»), Astríðr (ass- «бог-ас», -fridr «мир»). Велику групу імен становлять ті, етимологія яких пов'язана з військовою справою. Деякі функціонують і сьогодні в сучасному суспільстві. Імена Werner, Walter, Reiner, Herbert, Günter містять компонент her, що має значення «військовий загін» (н. Heer – «військо») [14]. Власні імена: Þóðvarr, Brünnhild, Guðrún, Gunnhildr, Hildegund – містять складники, пов'язані зі значенням «битва», «бій», «війна», «слава» (да. wīg, дісл. víg «війна»; днв. hadu «бій, битва», да. heaðu, дісл. hōð «боротьба»; да. beadu, дісл. hildr, да. hild «битва», днв. gund, дісл. gunnr, guðr «війна») [13, с. 55].

До складу імен моли входили назви хижих тварин, якості яких цінувалися у воїнів: вовка (герм. *wulfaz «вовк» (гот. wulfs, дісл. ulfr, да. wulf, днв. wolf; гот. wilwan «грабувати», wulwa «розбій»), лат. vellere «рвати, роздирати», іє. *çel- «рвати, роздирати здобич»), ведмедя (назва вважалася табу, одним із уживаних евфемізмів функціонувало слово beo-wulf «бджолиний вовк»), вепра (дісл. jöfurgr, де. ebur-, да. eofor, днв. ebur; < герм. *ēburaz). До таких імен належать Adolf (adal- «шляхетний», wolf- «вовк»), Wulfila («вовченя»), Rudolf (hröd- «слава», -wolf «вовк»), Gungolf (gund- «війна», -wolf «вовк»), Bernhard (bern- «ведмідь», -hard «сильний»; «сильний, як ведмідь»), Berserker (ber- «ведмідь», -serker «одяг»; «воїн, одягнений у ведмежу шкуру», «силач, витязь»), Hildisvin (hild- «битва», -svin «кабан»), Eberhard (ebur- «вепр», -hard «сильний»; «сильний, як вепр»), Arnold (arn- «орел», -walt «влада»), Orñólfr (orn- «орел», -ulfr «вовк») [12].

Висновки. Основною діяльністю в житті германців була військова справа та військові дії. Германці вмели виготовляти надійну зброю з різних матеріалів, військові атрибути супроводжували їх протягом життя, як у воєнні, так і в мирні часи. До військової справи молодих людей привчали з юних років. Поняття, що позначали в мові предмети військової справи, могли переходити в побутовий щоденний ужиток, також відбувався зворотній процес. Про організацію життя германців навколо військової справи свідчить те, що їхнім верховним богом був бог війни, інші значущі боги (навіть бог землеробства) були самі воїнами та покровителями вояків. Германці мали славу сильних, хоробрих, мужніх воїнів. Це демонстру-

ють такі мовні засоби, такі як етноніми: імена окремих племен пов'язані зі значенням «воїн», назвою різних видів зброї, якостей воїна. Особисті військові заслуги відображені в антропонімах, велика група яких містить компоненти на позначення термінів військової справи або людських якостей, що вважалися видатними у військових битвах. Подальші дослідження проблеми можуть стосуватися значення військових атрибутів у мовній картині світу давніх германців.

Література:

1. Фрумкина Р.М. Психолінгвістика : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Москва : Академия, 2003. 320 с.
2. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. Москва : Смысл, 1999. 350 с.
3. Березовская Я.Л. Особенности языковой картины мира носителей китайского языка. *Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филологические науки»*. 2015. № 27 (382). Вып. 98. С. 20–25.
4. Апресян Ю.Д. Избранные труды : в 2 т. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1995. Т. 2 : Интегральное описание языка и системная лексикография. 767 с.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж : Истоки, 2001. 191 с.
6. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. Москва : КДУ, 2011. 350 с.
7. Телия В.Н. Метафоризация м ее роль в создании языковой картины мира 2006. URL: genhis.philol.msu.ru.
8. Серебрянська І.М. Мовний образ освіти як ціннісний атрибут української мовної картини світу. *Філологічні трактати*. 2018. Т. 10. № 1. С. 89–95.
9. Гумений В.В. Відтворення мовної картини світу при перекладі художнього тексту. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (1). С. 189–192.
10. Драч І.Д., Миколенко А.З., Тишковець М.П. Мовна картина світу у процесі вивчення іноземної мови в медичних університетах. *Медична освіта*. 2019. № 4. С. 79–83.
11. Тацит Корнелій. О происхождении германцев и местоположении Германии. URL: www.hist.msu.ru.
12. Левицкий В.В. Этимологический словарь германских языков : в 2 т. Винница : Нова книга, 2010. Т. 1. 614 с. Т. 2. 367 с.
13. Левицкий В.В. Основы германистики. Винница : Нова книга, 2008. 528 с.
14. Розен Е.В. Немецкая лексика: история и современность : учебное пособие. Москва : Высш. шк., 1991. 96с.
15. Павлюк М.В. Германські гілкові етноніми. URL: www.rusnauka.com.
16. Бонвеч Б., Галактионов Ю. История Германии : в 3 т. URL: nepamaloknig.net.
17. Степанов Ю.С., Проскурин С.Г. Константы мировой культуры. Алфавиты и алфавитные тексты в период двоеверия. Москва : Наука, 1993. 158 с.
18. Федько М.В. Этимологическая стратификация лексики власти в восточногерманском и скандинавском ареалах: распределение и

судьба древнейших индоевропейских основ. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 3. URL: http://www.science-education.ru.

19. Тодд М. Варвары. Древние германцы. Быт, религия, культура. URL: base.dnsgb.com.ua.

Khomenko T. Language world view of ancient Germans: warrior image

Summary. This article runs about the research of the language world view in the lexicoetymological aspect. For successful mutual understanding in the modern world it is necessary to possess the knowledge about cultural phenomena, native for the interlocutor. As all culturally important realities are reflected in the language and create the language world view, it is necessary to have an idea not only about the cultural attainments of modernity but also about historically created conceptions about the world which are realized in the language. The researches consider the language world view as a result of world reflexion in the linguistic consciousness as a way of awareness realisation of objective world realities by the community of people, from the point of view of things and phenomena ordering. The language world view of ancient Germans is basic for many language world views of different modern nations in the world. War realities possessed an important place in the ancient Germans life, that is why it has a sense to analyze lexical and etymological language notions in the creation of a warrior image in the ancient Germans language world view.

Ancient written sources point out that the war actions were in priority with the ancient German tribes and peoples. Military affairs were an integral part of their everyday life, economical and public sphere, which were reflected in the language world view. The words, which denoted in German language household concepts could be denotation of war realities, for example, ash (Eng.), ае. аesc, d. Esche; аіcl. askr “ash, spear, ship”. Self-awareness of ancient nations is reflected in some way by theonyms, by ethnonyms and by anthroponyms. The researches interpret the word “Germans” in different ways. One version shows that der Germane is a “warrior, who issues a war cry in a battle”, and “a warrior in a military unit”. Ethnonyms of three branches of the West German tribes originate from a permanent epithet of War God – Ermin-Teuz. The supreme German God was War God, firstly Tyr (Ziu) and then Odin (Wuotan). Other important gods of Pantheon were Donar (Donrer), Freyr, they also were connected with military affairs. Military merits were reflected in anthroponyms, a great group of proper names was formed from the components which meant battles, military glory, military prowess (Gunnhildr, Hildegund, Gunthatd). So, the analysis of lexical and etymological language notions shows the central place of warrior image in the language world view of ancient Germans.

Key words: ancient Germans, world view, language world view, German tribes, language warrior image.

Чаюк Т. А.,*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов
Інституту права**Київського національного університету імені Тараса Шевченка***Борисович О. В.,***кандидат філологічних наук,
асистент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації
Інституту філології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

СПОСОБИ ТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню способів творення англійських юридичних термінів. У статті надається визначення понять «термін», «юридичний термін», встановлюються та детально аналізуються способи творення юридичної термінологічної лексики англійської мови.

Англійські юридичні терміни утворюються шляхом афіксації (префіксації та суфіксації) та конверсії, що є морфологічними способами творення терміноодиниць. На відміну від афіксації, конверсія не є продуктивним способом творення юридичних термінів англійської мови. Непродуктивною в їх творенні є також аббревіація, що належить до морфолого-синтаксичних способів творення термінів. Продуктивними способами їх творення є словоскладання, що є морфолого-синтаксичним способом творення складних англійських юридичних термінів, і синтаксичний спосіб, за допомогою якого утворюються словосполучення аналізованого шару англійської термінології.

Велике значення у творенні його одиниць відіграє семантичний спосіб, актуалізований процесами термінологізації та ретермінологізації одиниць загальноживої мови й інших сфер. Семантичними механізмами термінологізації та ретермінологізації є метафоризація та метонімізація подібних одиниць. Метафоричне перенесення значення базується на подібності референтів за певними ознаками, тоді як метонімічне – на суміжності таких ознак.

Метафора є більш продуктивним механізмом творення англійських юридичних термінів, ніж метонімія. За своєю структурою юридичні метафоричні терміни є одно-, дво- і трикомпонентними. За сферами-джерелами вони є антропоморфними, соціоморфними, природоморфними та артефактними метафорами.

Основою метонімічного перенесення при творенні англійських юридичних термінів є відношення «частина – ціле», «об'єкт – дія», «дія – результат», «подія – документ, що її фіксує». Ретермінологізація не є продуктивним процесом творення англійських юридичних термінів. Унаслідок детермінологізації, що також належить до семантичних способів творення лексичних одиниць, англійські юридичні терміни стають одиницями загального вжитку.

Ключові слова: англійські юридичні терміни, афіксація, способи творення, словоскладання, метафора, метонімія.

Постановка проблеми. Підвищений інтерес лінгвістів до галузевих термінологій різних мов пояснюється їх провідною

роллю в поширенні знань і професійному спілкуванні. Юридична термінологія є не тільки невід'ємним компонентом правової дійсності будь-якої країни, а й основним засобом передавання правових знань і норм у ній. Мова права та юридична термінологія завжди розвиваються разом із суспільством, у якому вони функціонують, що й забезпечує постійний інтерес лінгвістів до них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на різноманітні публікації й дослідження лінгвістів і термінологів, присвячені вивченню етимологічного походження та історії розвитку [11], соціолінгвістичним аспектам виникнення та поширення [14], когнітивно-дискурсивним особливостям [13], інтернаціональному складнику [15], тематичним групам [8] юридичної термінологічної лексики різних мов, можемо констатувати, що й дотепер предметом окремого та комплексного аналізу не стало питання способів творення англійської юридичної термінології, яка відіграє надзвичайну роль у мові права світової спільноти в зв'язку з безперервним розвитком міжнародних контактів, міжнародним співробітництвом, необхідністю регулювання правових питань між країнами, появою та поширенням великої кількості англійських юридичних документів тощо.

Отже, **метою статті** є встановлення способів творення англійської юридичної термінології, а її завданнями у зв'язку з цим є надання визначення поняттю «юридичний термін», характеристика ключових способів творення термінологічної лексики, з'ясування й детальний аналіз способів творення англійських юридичних термінів.

Виклад основного матеріалу. Оскільки термін є «одиницею позначення фахового поняття певної галузі наукового знання чи професійної дійсності» [9, с. 12], під юридичним терміном розуміємо слово чи словосполучення, що використовується для номінації фахових понять галузі юриспруденції. Зазначимо, що юриспруденція є не тільки суспільною наукою про право та державу, а й практичною сферою діяльності юристів з урегулювання різноманітних правових питань [7, с. 9].

Сьогодні в термінознавстві існують різні підходи до проблеми термінотворення [2–5; 10; 18]. Проте більшість науковців виокремлюють такі основні його способи:

– морфологічний, унаслідок якого терміни утворюються шляхом афіксації чи конверсії;

– морфологічно-синтаксичний, за допомогою якого утворюються складні терміни та аббревіатури;

– синтаксичний, що є способом творення термінів-словосполучень;

– семантичний, сутність якого полягає в переосмисленні слів загального вжитку або термінів інших галузей [2, с. 92–95; 3, с. 32–33; 5, с. 22–23].

При афіксальному термінотворенні чи афіксації утворення нових термінів відбувається шляхом додавання словотворчих префіксів і суфіксів до кореня чи основи вихідного терміна. Афіксацію вважають одним із найбільш продуктивних способів творення термінів в англійській мові [2, с. 17]. До найбільш поширених префіксів, які беруть участь у творенні термінів різних галузей, зараховують *ab-, ad-, dis- de-, des-, di- pre-, re-, sub-, -un* [3, с. 21]. Шляхом префіксації утворюються такі юридичні терміни, як *adjustment, ancillary, coheir, counteraccusation, declination, discredit, illiquid, malfeasance, misdeed, nonbinding, override, retroactive, untried, untenable* тощо.

Велика кількість юридичних термінів англійської мови утворюються й шляхом суфіксації, наприклад: *appellee, appellant, brigandage, burglary, certiorari, criminality, defendant, guilty, jeopardize, larceny, legalize, legitimate, libellee, peddler, plaintiff, propensity, prosecutor, witness* тощо. Афіксація як спосіб термінотворення передбачає одночасне приєднання префіксів та афіксів. Подібним способом утворено такі англомовні юридичні терміни, як *ancillary, anticompetitive, enforcement, forfeiture, misrepresentation, non-binding, repudiation, reversion, self-protection, unenforceable* тощо.

Афіксація є продуктивним способом творення юридичних термінів англійської мови. До морфологічних способів термінотворення зараховують також конверсію, що є «єдиним способом словотворення, при якому слово створюється без кількісного змінення основної форми вихідного слова і без застосування будь-яких лінійних словотворчих засобів» [2, с. 92].

Зазначимо, що окремі термінологи зараховують конверсію також до морфологічно-синтаксичних способів творення мовних одиниць [3, с. 23; 10, с. 72], конверсія не є продуктивним способом творення одиниць англомовної юридичної термінології. Лише окремі із цих одиниць утворені шляхом конверсії, наприклад: *a judge (N) – to judge (V), a sentence (N) – to sentence (V), a trial (N) – trial (Adj)*.

Словоскладання, що зараховують до морфологічно-синтаксичних способів творення мовних одиниць, також є досить продуктивним у творенні термінологічних одиниць англійської мови. Складні англомовні юридичні терміни утворюються подібним способом, а саме: *landmark, due-bill, courtroom, law-abiding, manslaughter, kidnapping, late-endorsed, plea-bargaining, self-authenticating, statute-permitted, statute-repealed, crime-free*. Як свідчать наведені приклади, більшість термінів утворено не тільки шляхом словоскладання, а й за допомогою афіксації (суфіксації).

До морфологічно-синтаксичних способів творення термінів зараховують також й аббревіацію, яка досить широко застосовується для утворення англомовної юридичної термінології, а саме: *A/S – Arrest/Summons, C. A. – Court of Appeal, ADR – alternative dispute resolution, F.E.D. – Criminal Record Directorate, F. Supp. – Federal Supplement, U.S. C. – United States Code, N. P. S. – Nisi Prius Cases* тощо. В англомовних юридичних документах використовуються не тільки аббревіатури, а й ско-

рочення, наприклад: *CL – claim, CD – condemned, exor. – executor, mtgee – mortgagee*. Наявними в подібних текстах є також латинські аббревіатури *ad fin. (ad finitum), ad int (ad interim), vs / v – versus, et al. – et alii*.

Велика кількість англомовних юридичних термінів утворюються синтаксичним шляхом. Подібні одиниці є термінами-словосполученнями або багатоконпонентними термінами. Найбільш поширеними з них є дво- та трикомпонентні терміни, а саме: *announce the verdict, appellate jurisdiction, summon witness, commute punishment, vigilante justice, law abuse, civil law, criminal law, legal abuse, legal proceeding, intellectual property law, real property law, law enforcement agency, preventive detention cell, applicable express warrant, accused courtroom rights, alter the sentence implementation*.

Багато з таких одиниць мають у складі прийменники: *to take an affidavit, to take cognizance of, a breach/violation of (the) law, to accuse someone of something, to be charged with an offence / a crime, to make allegations against someone, to preside over a court/case, to expel from the courtroom, to find someone (not) guilty of something, to release someone without charge, abide by the rules of evidence, arise while implementing a verdict, assemble for peaceful purposes*.

Наявними в аналізованій термінології є також чотирикомпонентні одиниці, наприклад: *administrator de bonis non with will annexed, admit the truth of the facts in the accusation, affirmatively choose to establish the procedure, allocation of parental rights and responsibilities, attorney for the plaintiff, damages for loss of future earning power, disseminating matter harmful to juveniles, annual statement of billing rights, freedom of the parties to present evidence, hearing cases in the court of appeals, mandatory reasons for court decision, sentence to the statutory maximum term, supervision and approval of the probate court, Supreme Arbitration Court of Ukraine, until a verdict of guilty is rendered by a court*.

В аналізованій термінології зустрічаються також п'яти- та шестикомпонентні терміни, наприклад: *provision of the accused right to file appeals, conduct which injures or endangers health or morals, durable power of the attorney for health care, hold the other party liable for breach of contract, public prosecutor's support to the accusation on the part of the state, agreement on certain facts or admission of certain evidence*. Як свідчать вищенаведені приклади, багатоконпонентні терміни позначають складні поняття юридичної сфери. Поява подібних термінів зумовлена появою нових понять, що тим чи іншим чином корелюють із тими, що вже існують у галузі юриспруденції, і їх ускладненням.

Творення англомовних юридичних термінів відбувається також і семантичним шляхом. Семантична деривація є складним процесом народження нових значень слів, який спричиняє перебудову їх семантичної структури. В.М. Телія вказує, що в основі семантичної деривації знаходяться «різні види перенесень значення (метафоричні, метонімічні, функціональні), зміна семантичного обсягу слова (його розширення чи звуження). На відміну від словотворчої деривації, у результаті якої з'являються нові за морфемним складом і/або граматичними властивостями слова, семантична деривація полягає в зміні змістової частини вже наявних слів, спричиняє появу номінативних одиниць, що співвідносяться з іншими фрагментами дійсності» [12, с. 177]. Отже, семантичну деривацію зараховуємо до виду вторинної номінації, унаслідок якої утворюються нові терміни.

Механізмами актуалізації семантичної деривації при термінотворенні є термінологізація та детермінологізація. Термінологізація являє собою процес переосмислення слова загальноживаної мови для утворення нового терміна. Термінологізація відбувається завдяки семантичним механізмам метафоризації та метонімізації [9, с. 32].

«Метафора (від грец. *metaphorá* – *перенесення*) є креативним засобом збагачення мови, виявом мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, уподібненої до неї в певному відношенні» [1, с. 56]. У процесі метафоризації на рівні монолексемних одиниць досліджуваної термінології спостерігається збереження диференційних ознак двох понять (слова й терміна) і виникнення додаткової семи в терміна, яка й спричиняє звуження, конкретизацію його значення в межах терміносистеми, до якої він належить. У полілексемних термінах метафоризації зазнає один із їх компонентів. Зазвичай такі терміни є експресивними, умотивованими, а метафоричні компоненти залежать від значення ключових одиниць у них.

Метафоризація є повноцінним механізмом термінотворення у сфері юриспруденції. Терміни-метафори функціонують і в її профільних, і в її спеціальних, і в її комплексних галузях, наприклад: *narrow confinement, red-handed criminal* (карне право); *privacy of blood* (конституційне право); *power of purse, employment freeze, yellow-dog contact* (трудова право); *creeping annexation, diplomatic pouch* (міжнародне право); *dormant patent, scarecrow patent* (право інтелектуальної власності); *community debt, migratory divorce* (сімейне право).

Однокомпонентні та двокомпонентні метафоричні терміни є найбільш поширеними в аналізованій термінології. Прикладами однокомпонентних метафоричних юридичних термінів англійської мови є такі: *refresher, to squeeze, attackable, reversion, charge*. Наявними в англійській юридичній термінології є також трикомпонентні метафори, наприклад: *fruits of the poisonous tree, to drive a coach-and-four, trade dress infringement*.

Значення англійських метафоричних юридичних термінів формується за аналогією з фрагментом досвіду, зафіксованим у семантиці загальноживаної мовної одиниці. При цьому уподібнення одного поняття чи явища другому відбувається в таких напрямках:

- за функціональною схожістю (*to weigh evidence*);
- за подібністю враження (*hostile witness*);
- за відповідністю за розміром (*scintilla of evidence*);
- за схожістю походження (*parent legislation*);
- за наявністю схожих якостей (*fresh evidence*).

В окремих випадках образ, що знаходиться в основі метафоричного переосмислення, неможливо зрозуміти відразу. Для його «дешифрування» необхідно звернутися до додаткових джерел. Так, наприклад, для розуміння значення метафоричного терміна-словосполучення *kangaroo court* (букв. *суд кенгуру*) необхідно звернутися до етимологічного словника, який указує на те, що цей термін з'явився в 1850 році на південному заході США для позначення судової процедури, що здійснюється стрибкоподібно, тобто подібно тому, як стрибає кенгуру. Отже, поява вказаного терміна зумовлена подібністю вражень. Із часом значення вказаного терміна звузилося до наступного: «інсценування суду, незаконний судовий розгляд» [16, с. 132].

Основними типами метафор в англійській юридичній термінології, які виявляють сфери залучення назв об'єктів чи явищ для творення її одиниць, є антропоморфні, соціоморфні, артефактні та природоморфні метафори. Сферами-джерелами антропоморфних метафор, у свою чергу, є частини тіла людини (*head for crime*); її почуття й відчуття (*joy riding*); її особисті та фізичні якості (*amicable suit, foul receipt, strong-arm organization*); сімейні відносини (*sister ship clause*); ліки та хвороби (*curative provision, ill practice*), смерть і жалобна атрибутика (*dead letter, tombstone vote*).

Соціоморфна метафора в англійській юридичній термінології походить із таких сфер: соціальні спільноти та групи взаємодії (*white slavery trade, neighbouring rights*); дозвілля (*floaters*); релігія та віра (*act of God, ghost of writer*); фінансово-кредитні відносини (*teller, to sponsor a bill*); воєнні дії (*confrontation of witnesses*). Сферами походження артефактної метафори в аналізованій термінології є дизайн одягу та аксесуари (*pocket borough, blue-ribbon enquiry*); страви, смак і якості їжі (*hodge-podge act*); будівлі, приміщення та частини споруд (*meeting in camera, threshold question*); меблі та предмети інтер'єру (*over-the-counter, sear of war*); одиничні артефакти (*bubble company, blanket pardon*). Джерелами метафоричної експансії англійських юридичних термінів є такі понятійні сфери, як флора та фауна (*loan-shark, dead-wood patent*); природний простір (*blue sky laws*); кольорова палітра (*false colour*).

Метонімія є видом семантичного перенесення, «який акцентує увагу на індивідуальній рисі, надаючи змогу адресатові ідентифікувати об'єкт, виділити його зі сфери спостереження, відрізнити від інших предметів» [6 с. 63]. Метонімія базується на суміжності двох предметів або явищ. Основою метонімічного перенесення в термінології є відношення «частина – ціле», «об'єкт – дія», «дія – результат», «подія – документ, що її фіксує». Прикладами англійських юридичних термінів, утворених шляхом метонімічного перенесення, є такі: *prosecution, smuggling, bill of acceptance, bare agreement, hole in law, scene of action, machinery of justice, nail on charge*. Зазначимо, що шляхом метонімізації утворено меншу кількість одиниць в аналізованій термінології, ніж шляхом метафоризації.

До семантичних процесів творення терміноодиниць зараховують також ретермінологізацію, що полягає в «перенесенні терміна з однієї професійної галузі в іншу з його повним чи частковим переосмисленням або ж перетворення в міжгалузевий термін» [9, с. 34]. Ретермінологізація загалом не є типовим процесом утворення одиниць англійської юридичної термінології, проте деякі з них усе ж таки з'явилися в ній унаслідок ретермінологізації, наприклад: *e-filing, gabel, P-bond, pacific settlement*.

Окрім термінологізації та ретермінологізації, до семантичних процесів творення слів зараховують також детермінологізацію, унаслідок якої терміни втрачають своє спеціальне термінологічне значення, переходячи до категорії загальноживаної лексики. Це зумовлено процесом взаємодії одиниць фахової та загальноживаної мови, проникненням термінів у ЗМІ, мовлення політиків, публіцистику, художню літературу. Так, наприклад, такі юридичні терміни, як *justice, defamation, slender, fine, malfeasance*, досить часто використовуються в різних типах англійського дискурсу та не сприймаються при цьому носіями мови як терміни. Термінологічність їх значення визначає саме фаховий юридичний контекст.

Висновки. Отже, під англomовним юридичним терміном розуміємо слово чи словосполучення, яке позначає спеціальне, фахове поняття галузі юриспруденції. Творення англomовної юридичної термінології здійснюється шляхом афіксації та конверсії, що є морфологічними способами творення терміно-одиниць. На відміну від конверсії, афіксація є продуктивним способом творення юридичних термінів англійської мови. До непродуктивного способу творення вказаних одиниць зараховуємо також абрєвіацію, що є морфологічно-синтаксичним способом їх творення. Продуктивними способами творення одиниць аналізованої термінології є також такий морфологічно-синтаксичний спосіб, як словоскладання, завдяки якому утворюються складні юридичні терміни; синтаксичний спосіб, результатом якого є утворення термінів-словосполучень; семантичний спосіб, актуалізований процесами термінологізації та ретермінологізації, механізмами метафоризації та метонімізації одиниць загальновоживаної мови й інших сфер. Унаслідок детермінологізації, що також належить до семантичних способів творення мовних одиниць, англomовні юридичні терміни втрачають своє спеціальне, фахове значення та переходять до категорії загальновоживаної мови. Перспективи подальших досліджень убачаємо в аналізі функціональних особливостей визначеного шару термінологічної лексики англійської мови.

Література:

1. Борисович О.В., Чаюк Т.А. Мовна синестезія та синестезійна метафора. *Південний архів. Серія «Філологічні науки»*. 2020. № 82. С. 54–59.
2. Бортичук Е.Н., Василенко И.В., Пастушенко Л.П. Словообразование в современном английском языке. Киев : Вища школа, 1988. 261 с.
3. Снікєєва С.М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2006. 302 с.
4. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. Москва : Просвещение, 1973. 304 с.
5. Кубрякова Е.С. Что такое словообразование? Москва : Наука, 1965. 77 с.
6. Куц Е.О. Метонімічні номінації як засоби вираження етнічних упереджень у дискурсі американських політиків. *Нова філологія*. 2012. С. 62–64.
7. Майоров В.И. Введение в юридическую специальность : учебное пособие. Челябинск : Изд-во Южно-Уральского государственного университета, 2005. 146 с.
8. Максименко М.С. Тематические группы англоязычной юридической терминологии. *Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ*. 2011. № 2. С. 54–59.
9. Мельников Г.П. Основы терминоведения. Москва : Изд-во ун-та дружбы народов, 1991. 116 с.
10. Полужин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. Ужгород : Закарпаття, 1999. 239 с.
11. Романюк О.В., Бялик В.Д. Етимологічне походження та історія розвитку англomовної юридичної термінології. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Том 31 (70). № 3. Том 3. С. 177–181.
12. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды. *Серебрянников Б.А. Языковая номинация (виды наименований)*. Москва : Наука, 1977. С. 129–221.

13. Усова Т.В. Когнитивно-дискурсивные особенности англоязычной юридической терминологии : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 2009. 191 с.
14. Хижняк С.П. Англо-американская и русская терминология права. Социолінгвістический аспект возникновения и развития. Саратов : Изд-во СГАП, 1997. 78 с.
15. Чаюк Т.А. Інтернаціональні одиниці англomовної юридичної термінології. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 31. Т. 2. С. 294–298.
16. Giff's S. H. Barron's Law Dictionary. New York : Barron's Educational Series, 2010. 640 p.
17. Thomas K. Dictionary of Legal Terms. New York : Barron's Educational Series, 2011. 652 p.
18. Rey A. Essays on Terminology. Philadelphia : J. Benjamins, 1995. 223 p.
19. Skeat W. An Etymological Dictionary of the English Language. Mineola : Dover Publication, 2005. 832 p.

Chaiuk T., Borysovych O. Ways of forming of English-language juridical terms

Summary. The article is devoted to the research of ways of forming English-language juridical terms. The definitions of the notions “term”, “juridical term” are given in the article. Ways of forming English-language juridical terms are determined and analyzed in details.

The abovementioned terminological units are formed by means of affixation (prefixation and suffixation) and conversion which belongs to morphological ways of forming terms. Unlike affixation, conversion is not a productive way of forming juridical terms in the English-language. Abbreviation which belongs to morphological-syntactic ways of forming terms is also non-productive in forming the analyzed terminology in the English language. Compound juridical terms are formed by means of compounding while complex juridical terms or word-combinations of the English language are formed syntactically.

Semantic way is also rather productive in forming English-language juridical terms. It actualized through the processes of terminologization and reterminologization and semantic mechanisms of metaphorization and metonymization of language units of general use and terminological units of other spheres. Metaphorical transfer of their meanings is based on the similarity of referents, while metonymic – on their adjacency.

Metaphor is a more productive mechanism of forming juridical terms in the English language than metonymy. According to their structure juridical metaphorical terms are differentiated into one-, two- and three-component. According to source spheres they are subdivided into anthropomorphic, socio-morphic, nature-morphic and artifactual metaphors.

Metonymic transfer of meanings of English-language juridical terms is based on the relationship “part – whole”, “object – action”, “action – result”, “event – the document that fixes it”. Reterminologization is a non-productive way of forming the terminology under analysis. Due to determinologisation, which also belongs to the semantic ways of forming lexical units, English-language juridical terms become units of general use.

Key words: English-language juridical terms, affixation, ways of forming, compounding, metaphor, metonymy.

*Chetverikova O. R.,
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of English Philology
Izmail State University of Humanities*

ADVERTISING COMMUNICATION IN CULTURAL ENVIRONMENT

Summary. The article is devoted to the study of the peculiarities of advertising communication in the cultural environment of Southern Bessarabia. The existing approaches to the study of advertising are determined, examples of types of advertising texts and their role in influencing the consciousness of the individual are given. The integration of advertising into the social and cultural environment is carried out through various creolized texts and image advertising, which possess cultural and historical background and contain evaluative elements. It has been emphasized that various forms of cultural content in advertising are embodied through language and non-linguistic means, as the relationship between producer and consumer performs social and communicative function. The presence of cultural realities, symbols and archetypes attract interest in the reported information. The difference between rational and emotionally colored advertising is explained. The special role of web versions of printed publications containing advertising messages is emphasized. The importance of media linguistics as an interdisciplinary humanitarian discipline, which studies the functioning of language in the media in all its manifestations, is outlined. Genre-functional features of the media space make it possible to highlight and distinguish news, advertising and PR-discourse. Consideration of social advertising determines the features of the creative impulse in its production, the presence or absence of manipulative tactics and reflects the interaction between senders and recipients. Examples of image advertising are given and their features are explained. The signs of political advertising of Southern Bessarabia are considered. The content and significance of social advertising and its impact on the feelings and emotions of the target audience, which ensures the attractiveness of goods or services for consumers have been noted. The textual forms of advertising observed in Southern Bessarabia are given. The ways of further research are offered.

Key words: advertising text, communication, cultural environment, media linguistics, symbol, addressee, Southern Bessarabia.

Topicality. Contemporary investigation of advertising has been provided in different directions. It has been based on such approaches as communicative, functional, pragmatic, psycholinguistic; sociolinguistic, linguo-cultural. Advertising communication, being performed in different forms, combines symbols and archetypes, national pictures of the world, mythological elements. Integration into social and cultural environment is carried out by means of different methods, like creolized image advertising, or visual storytelling, which are based on cultural and historical events and contain evaluative elements. Besides, advertising texts and separate slogans, including infographic images, represent information in a concentrated specific form. The following types of advertising attract undivided attention: teaser advertising, which is most often seen on the Internet; advertising posters, animation screensavers, dynamic multi-vector presentations, banner advertising; native advertising as

an overview of new brands, products and services. Non-traditional advertising combines a variety of media, from elevators of high-rise buildings to the pets' skin. A separate place is occupied by computer game advertising. Updating and diversifying advertising makes its research quite topical.

Understanding the patterns and features of advertising as a phenomenon of culture becomes a crucial task of modern research. Various forms of cultural content are embodied in advertising through linguistic and extra-linguistic means, since the relationship between the producer and the consumer performs a socio-communicative function. Advertising contains cultural realities, symbols and archetypes, national world pictures, various mythological models. Lingual contacts, experience changes in form and content of virtual and printed social and commercial communication also contribute to the interpenetration of cultures.

Objective. The choice of the research is based on the changes taking place in linguistic science and in the world, and lead to informative updating of communication processes, determine special interest in comprehensive analysis of advertising products presented in the Bessarabian cultural environment, facilitating the identification of more effective approaches to the study of advertising messages from different linguistic angles.

The communicative strategy of an advertising message is intended to persuade the mass audience to buy a product or to accept an advertised offer, so, such a message occupies the primary position on the scale of "message-impact". The ability of an advertising message to have influence on the addressee also depends on the public values and lifestyles. Rational advertising should inform the buyer about the quality of the product, so it contains appeals to his mind, arguments, drawings, diagrams, photographs. By its nature, it is straightforward, and is designed for instant external effect. Emotional advertising uses linguistic and non-linguistic symbols, moves to deep emotional motives, appeals to the feelings, so it is expressive and emotionally colored.

The work is concentrated on advertising communication in the cultural environment of the Southern Bessarabian territory. It studies various linguistic characteristics of an advertising text as a communicative unit, explains the difficulty of defining and distinguishing between advertising text genres, studies the linguistic features of sender-addresser relations, the factor of gender reflected in advertising, evaluation vocabulary and the linguistic features of the advertising slogan as a small genre text.

Today, the access to collection, processing, storage, and transfer of information has increased in the world. Consequently, we can speak about the increasing influence of the media on the development of various spheres of human activity. There also appeared new forms of communication exchange, development of new information technologies and multimedia tools. Thus, modern society can be defined as a society where we observe constant multiplication,

acceleration and globalization of information exchange. We have opened another page in the development of public communications, which involves rapid information exchange.

There is a tendency to supplant traditional sources of information by electronic media, and so the study of the Internet versions, caused by the transformation of the traditional media affects the future of the world press. The decline in the popularity of printed media can be explained not only by the access of the press to social networks, but also by the fierce competition in the media market, which is also reflected in advertising business.

The “web-versions” promoted the development of two important strategic principles for the transmission and presentation of general media information: “print-first”, when the internet version performs a minor role, serving as an addition to the main printed publication, and “web-first”, when the attention is paid to the on-line publications and printed editions remain in the background [1, p. 184].

With the development of public communications, we may observe parallel development of linguistic science that deals with its study. Today, we can speak about the emergence of media linguistics, as a new interdisciplinary humanitarian discipline that deals with the study of the functioning of language in the media. Media linguistics is focused on the aspects, as: the role of media in the development of languages, functional and stylistic status of media broadcasting, the concept of media text as a basic category of media linguistics, description of methods for studying media messages, analysis of printed, electronic, informational, analytical, artistic and advertising texts, investigation of media discourse in the context of intercultural communication and others [2, p. 98].

Distinguishing of media linguistics as an independent science is connected with the study of media texts. Media text thus represents the dialectical unity of linguistic and media features that combine three levels of media broadcasting: verbatim text, video or graphics, and audio [3, p. 38]. Along with the concept of media linguistics, there appear the notions of media space, media product, media format, social network, mass media monitoring, media methodology, media chat, etc.

For the transmission of information in the media network, we take into account linguistic and extralinguistic parameters of information, genre peculiarities and electronic and printed texts. Depending on the genre-functional features of the media space, we may distinguish the following types of media discourse: news, advertising, and promotional discourse (PR), depending on the purpose of presentation – informational, analytical, journalistic, ideological discourse, etc. [4, p. 18].

Advertising is part of the cultural environment, an important factor, shaping the aesthetic consciousness of man. According to O. Yu. Olenina, a certain part of advertising executed on the high professional level can be attributed to the phenomena of artistic culture [5, p. 12].

The anthropocentric approach in scientific research, which has become relevant at the turn of the millennium, made it possible to refer to the language of advertising as a special kind of text, and directed scientific research toward a communicative-discursive approach, made it possible to investigate and identify the essential features of advertising communication as a special kind of human activity. As a rule, advertising communication takes place in a certain society, which has its own peculiar historical and cultural differences, it also implies the presence of a recipient who must interpret the information received. It has varying degrees of influence, formal design, accent differences that need careful study.

Understanding the patterns and features of the functioning of advertising as a phenomenon of culture is a necessary and relevant component of modern spiritual life of man and society. Different forms of cultural content are embodied in advertising through imaginative and expressive means, since the relationship between the producer and the consumer performs a socio-communicative function that manifests itself in the actual space of culture. In the 21st century, we observe the interpenetration of cultures, and individuals mainly receive information through electronic means and mass communication, thus the form and content of social contacts changes. Advertising texts are constantly integrated into social and cultural processes, so linguistic and cultural orientation of advertising makes it an integral part of public life.

In Ukraine, as well as in other European countries, the ability to create interesting, useful and inspiring stories has always been appreciated. The advertising message in this case broadcasts media stories in which the main character may be the founder of the company or brand, an employee of an enterprise, a consumer of the advertised product or service. For example, “*Tabletki.ua – book medicines at pharmacies. Save your time and money. Tabletki.ua – book medicines at pharmacies. Save your time and money. With us are already 6000 pharmacies across Ukraine! You can find the right medication at the pharmacy near you and not waste your time and money. Enter the website www.tabletki.ua, enter the name of the drug in the search bar and choose the best price at the pharmacy nearby, save up to 30% when booking through the site*”. Furthermore, there goes a story: “Why do we get tired? How do I get back to active status?” with the detailed explanation of different fatigue causes – physiological, psychological, lifestyle and medical.

The successful use of storytelling method arouses interest of the target audience by adding to the story interesting facts that are remembered and attract attention of the audience (if consumers are interested, they will find the hero of the page than the story ends and read the material to the end). Thus, the presentation of advertising and PR content through an interesting story allows us to make the material minimally similar to an advertising text, thus attracting attention of the target audience [6, p. 115–116] as in the following example: “*There is no snow, but it's cold in the evenings – drip! So, in order not to freeze and then not think what medicine to use for the running nose ☹, it is better to choose UFO in time and catch the rays! ✨ In our new article we'll talk about the main types of infrared heaters, you'll get acquainted with modern models 🐾 and get an opportunity to understand the technical characteristics of! Go to <http://bit.ly/2TfquRi> ☺*”

Advertising always responds to the requests and moods existing in a society, correlates with the state of its development and standards, seeks to achieve harmony and reflect the views and opinions of readers or viewers. On the other hand, it affects person's values and lifestyle, including his or her mentality.

Considering huge influence of the advertising text on the mental state of an individual, it is necessary to point out the common values of Ukrainian and of course, Bessarabian culture, such as: openness, sincerity, tolerance towards other nationalities, due to geographical location on the territory of Eastern Europe, hopes for the better future, morality, belief in a “miracle”, national identity. The cultural environment of the Southern Bessarabia carries out various activities and satisfies cultural, informational and other needs of the society. They cover, in particular, television, radio, print and book production, and the cultural and artistic environment.

One of the tasks of modern advertising is to transform culture into the most promising source of economic growth and better life quality. Different peoples, in certain historical periods of development, form the cultural forms in which they find the means to meet their own needs. In the information society, advertising has the status of universal means of socio-cultural communication. Advertised products and services influence the target audience through the socialization process by demonstrating certain behavioral patterns and transmitting new knowledge.

Understanding advertising as a phenomenon that has received cultural and creative functions through cultural development emerged in the late twentieth – early XXI century. Therefore, the issue of considering and understanding the phenomenon of advertising as a particular cultural form that has social footprints is quite relevant. The historical development of communication in advertising makes it possible to argue that its genesis has close links with certain socio-cultural qualities that in particular characterize a society.

Advertising is a specific type of activity within which a special kind of texts is being constructed. An advertising text can be presented as a particular cultural form, the role of which is to demonstrate a particular pattern of behavior to which a brand, product, or service can be added. For the promotion of a specific idea, method, model, or “promotion” of a product, *teaser* advertising may be used. The English word “teaser” means presentation of a very exciting and interesting piece of information without naming, a company, brand or advertised product [7, p. 3–5]. Though there is no mentioning or hinting of the advertised brand, the associative link between the brand name or the advertiser’s company and the content can still be traced.

The main purpose of teaser advertising is to separate and distinguish an advertised message from the other advertised products by providing only a portion of the information to the target audience. For example – “*Athens residential complex*” – a teaser advertisement for those, who is looking for a city accommodation. This form of advertising is mainly noted on the Internet, and it is considered a type of online advertising. Teaser advertising always aims to capture people’s attention, surprise, intrigue the addressee and, therefore, force him to remember certain information, make him want to get acquainted with the advertised product in the future, for example: “*Bessarabian market; Recreation Base; “Wine drug”, cheese and lamb. What will be the first gastro-route in Bessarabia?*”

In order to manipulate the addressee’s attention, such advertising may contain words such as – “*wait, it’s the first step, in three days, unbelievable, guess what, etc*”. When naming a product or company that produces it, the recipient is invited to wait for the full information about a product or service that is being deliberately detained for fueling interest following the saying: “*Forbidden fruit is sweeter*”.

The social component of advertising make the values that define the creative impulse and reflect the interaction between the senders of a message and the recipients. Adding social message to advertising communications affects the feelings and emotions of the target audience, provides attractiveness of goods or services for the consumers [8, p. 8].

Mass communication in advertising is a necessary component, because it is only through it that advertisers can ensure their main task – attract the maximum number of buyers to the advertised product or the maximum number of users of the advertised service. The main means of advertising include: television channels, radio, print and online advertising, direct mail (or e-mail advertising),

advertising on various Internet sites, outdoor advertising (various types of signboards, stands, visors, installations), which should be “catchy” and memorable.

Then we should mention internal advertising – shelf-talkers, mobile phones, solid posters on a rigid basis (cardboard, plastic), stickers, dispensers, trays for advertising leaflets, exhibition equipment. Working with the press may include news media, news releases, press conferences.

Another variation is image advertising, which only large companies with well-known brands can afford. In Southern Bessarabia we come across image advertisements of such well-known companies as Coca-Cola (*Get yours now!*), Google (*Google Shopping Campaigns*), Lego (*Rebuild the World*), as well as purely Ukrainian advertisements (*Nova Poshta: The story of creation of the main express delivery in the country*), (*To build Amazon in Ukraine: how Rozetka became a marketplace*) and many other.

Social advertising presupposes various forms of support in society, thus in the human consciousness it is drawing attention to socially significant problems and gives proposals for the possibility to solve them. The objects of social advertising, in the opinion of M. Demchenko, may include the rights of organizations or citizens including their interests, that are legislatively provided, healthy lifestyle; social protection, prevention of offenses; protection of environment and natural resources, development of culture and art, state programs in the field of health care, education and sport [9, p. 111–112].

Social advertising, as well as commercial advertising, can be distributed anywhere and in any form: in printed and electronic media, through outdoor advertising and on vehicles, on the Internet, in the form of leaflets, etc.

A special place in Bessarabian communicative space is occupied by political advertisements. We consider political advertising as one way of building a candidate’s positive image. Political advertisements can have a psychological effect on the addressee. It largely adjusts people’s political perceptions and behavior, and therefore its linguistic manifestations are investigated within the framework of linguistic-political science and psycholinguistics, since the information, when affecting human consciousness, influences cognitive, emotional, and behavioral characteristics of the recipient. The purpose of political advertising is to penetrate to the consciousness of different social groups of people. In this case, the impact of such ads must be hidden. The concept of “political manipulation” is the purposeful but covert action of a variety of manipulative methods and techniques, both linguistic and extralinguistic, aimed at adjusting or changing the needs, motives, attitudes, provoke behavior in order to gain or retain power by a particular political force. In political advertising, manipulation is based on the use of various linguistic phenomena. The primary function of a word is submission through feelings, images, and subconscious mind. For the TV political advertising visual political manipulation is crucial, since the bulk of information is acquired by people through a visual channel.

Political advertisements refer to creolized texts because they possess features related to different semiotic systems. Creolized text is a complex textual formation in which verbal and iconic elements constitute one visual, structural, semantic and functional unit, aimed at exerting a comprehensive influence on the recipients [10, p. 301]. Such advertisements may be seen everywhere: in printed papers and in their on-line versions, as banners along the streets and highways, as booklets that penetrate to mailboxes. Usually they com-

bine a picture of a candidate and his motto, or some words about his plans. Iconic components can carry stand-alone information, or support the textual information, making it more meaningful.

E.E. Anisimova distinguishes the following types of creolized texts depending on the interaction with the non-verbal component, namely:

- texts with zero-creolization (no image is present);
- texts with partial creolization (the verbal part of the text is relatively autonomous, and does not depend on the image, auto-semantic relations are noted between the verbal and the visual components. The non-verbal component supports the verbal part;
- texts that are characterized by complete creolization (the verbal part is dependent on the pictorial parts. The verbal part is oriented towards or refers to the image, the image acts as a mandatory element of the text [11, p. 15].

Textual forms of advertising observed in the Southern Bessarabia combine such speech forms, as: monologue, dialogue and polylogue and are divided into four varieties.

1. A promotional interview is a kind of dialogical conversation. The competent person informs the journalist about the product and its attractive sides, stimulates the interest of consumers to buy the product, to notice it, and convinces to have one.

2. A promotional article describes the main qualities and characteristics of a product, compares it with the other products in a specific manufacturing group, and points out the benefits. It is one of the most common genres of this type.

3. An advertising report creates the promotional image of a product or a service giving an expanded view with the specific environment and outlining strengths. In doing so, the author refers to authoritative sources, taking into account the evaluations of well-known reputable specialists (film stars, famous sportsmen).

4. Promotional reporting clearly shows the significant strong sides of a product at the expense perceived by the author, who reports about the product and acts as its user/consumer.

Conclusions. Addressability is a very important factor in advertising. In the broad sense, destination to the addressee is an essential condition for communication. Further strategic steps that the sender will depend on that. A collective author envisages a range of subjects, such as designers, advertising professionals, marketers, etc., who play an important role in the creation of ads. Effective speech impact of an advertising text signifies correct understanding of the target audience, so determining the linguistic designation of the sender and recipient is very relevant. The effectiveness of the advertising impact depends on the strategic approach and social, gender, psychological, age and other factors, such as the degree of the addressee's educational level, range of interests, degree of trust in the advertiser, religious or political leanings, personal interests, objective and subjective characteristics of the advertised product. The linguistic manifestations of effective advertising need further investigation.

References:

1. Интернет-СМИ: Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. Москва : Аспект Пресс, 2010. 348 с.
2. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / під заг. ред. І.С. Шевченко. Харків : Константа, 2005. С. 105–117.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати : учебное пособие для вузов. Москва : Аспект Пресс, 2000. 312 с.

4. Лютянська Н.І. Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. *Серія «Філологічні науки»*. Ніжин : Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя, 2014. С. 136–142.
5. Оленіна О.Ю. Реклама як явище художньої культури : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. : 17.00.01. Харків : Харківська державна академія культури, 1998. 19 с.
6. Яненко Я.В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації: монографія. Суми : Сумський державний університет, 2018. 300 с.
7. Trehan K., Maan G.S. Teaser Campaigns: An effective advertising execution for varied goods, services and ideas. *Journal of Mass Communication & Journalism*. 2012. Vol. 2. Iss. 11. P. 3–5.
8. Яненко Я.В. Ціннісні пріоритети української реклами у XXI ст. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства* : збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції : у 3 т. Суми : Сумський державний університет, 2013. Т. 3. С. 116–117.
9. Демченко М. Місце сучасної реклами у системі новітніх соціальних комунікацій. *Теле- та радіожурналістика*. 2012. Вип. 11. С. 111–116.
10. Тельминов Г.Н. Интернет-реклама как вид креолизованного текста. *Вестник ННГУ*. 2009. № 5. С. 300–304. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-reklama-kak-vid-kreolizovannogo-teksta>.
11. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста та міжкультурна комунікація (на матеріалі креолізованих текстів). Москва : Академія, 2003. 128 с.

Четверікова О. Р. Рекламна комунікація в культурному середовищі

Анотація. Статтю присвячено дослідженню особливостей рекламної комунікації в культурному середовищі Південної Бессарабії. Визначено наявні підходи до вивчення реклами, наведено приклади різновидів рекламних текстів і їх ролі при впливі на свідомість особистості. Інтеграція реклами в соціальне та культурне середовище здійснюється за допомогою різних форм креолізованої та іміджевої реклами, які базуються на культурно-історичних подіях і містять оцінні елементи. Підкреслюється, що різні форми культурного змісту в рекламі втілено за допомогою мовних і позамовних засобів, оскільки відносини між виробником і споживачем виконують соціально-комунікативну функцію. Наявність культурних реалій, символів та архетипів сприяє приверненню інтересу до повідомлюваної інформації. Пояснено різницю між раціональною та емоційно-забарвленою рекламою. Підкреслено особливу роль веб-версій друкованих видань, що містять рекламні повідомлення. Окреслено значення медіалінгвістики як такої міждисциплінарної гуманітарної дисципліни, що займається вивченням функціонування мови в ЗМІ в усіляких її проявах. Жанрово-функціональні особливості медіа-простору дають можливість виділити й розрізнити новини, рекламу та PR-дискурс. Розгляд соціальної реклами визначає особливості творчого імпульсу при її створенні, наявність чи відсутність маніпулятивних тактик і відображає взаємодію між відправниками повідомлення та одержувачами. Наведено приклади іміджевої реклами й пояснено її значення. Розглянуто особливості політичної реклами південної Бессарабії. Висвітлено зміст та окремі риси соціальної реклами, її вплив на почуття й емоції цільової аудиторії, що забезпечує привабливість товарів чи послуг для споживачів. Наведено текстові форми реклами, що спостерігаються в Південній Бессарабії. Запропоновано шляхи подальшого дослідження.

Ключові слова: рекламний текст, комунікація, культурне середовище, медіалінгвістика, символ, адресат, Південна Бессарабія.

Чорноус О. В.,*кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри загальної підготовки та соціальної роботи
Кропивницького інституту державного та муніципального управління*

КЛАСИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ЗНАЧЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У ЗАРУБІЖНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Анотація. Одним із найбільш дискусійних у вітчизняній і зарубіжній ономастиці лишається питання наявності або відсутності значення у власних назв. До його обговорення долучалися знані філософи та логіки часів античності, визначні діячі науки й мистецтва доби Відродження та Нового часу, учені з різних галузей знань XIX та XX століть. Не оминає його увагою також сучасна наукова спільнота, адже відповідь на це питання часто має визначальне значення для багатьох дослідників, які нині вивчають онімну лексику з позицій психолінгвістики, соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики тощо. Метою статті є окреслити цілісний погляд на проблему значення онімів, схарактеризувавши наявні в зарубіжній лінгвістиці та філософській думці класичні підходи до розуміння семантичності й асемантичності власних назв і простеживши їх еволюцію. Методи дослідження включають аналіз і синтез інформації, репрезентованої в зарубіжних наукових джерелах, порівняння, систематизацію різних поглядів учених на проблему наявності або відсутності значення у власних назв. Обговорення проблеми значення власних назв розпочалося ще в IV ст. до н.е. з інтерпретації походження назв «за природою» (Платон) і «за домовленістю» (Аристотель). Надалі погляди вчених так само не мають єдності. Аналізуючи імена, Т. Гоббс дійшов висновку, що вони передусім виконують роль своєрідних міток для підкріплення нашої пам'яті. Своєю чергою, Г. Ляйбніц підкреслював, що назви дуже часто відповідають властивостям речей. Це протистояння закріпилося й надалі. Узагальнено всі наступні пропоновані концепції можна представити у вигляді протилежних комплексів наукових поглядів: 1) оніми не мають значення (В. Брендаль, Е. Бюссанс, А. Гардінер, Р. Діксон, С. Кріпке, Дж. Лайонз, Дж. С. Мілль, А. Нурен); 2) власні назви мають значення в тому чи тому розумінні (М. Бреала, Г. Фреге, О. Есперсен, Б. Расселл, Дж. Серль, Л. Вітгенштайн). Проаналізовані в роботі праці здебільшого є логіко-філософськими, а не лінгвістичними, однак саме вони часто слугують основою або орієнтиром для пізніших суто мовознавчих, а надалі й ономастичних досліджень.

Ключові слова: онім, значення, асемантичність, класичні наукові підходи, зарубіжні дослідження.

Постановка проблеми. Одним із найбільш дискусійних у вітчизняній і зарубіжній ономастиці залишається питання наявності або відсутності значення у власних назв. До його обговорення долучалися знані філософи та логіки часів античності, визначні діячі науки й мистецтва доби Відродження та Нового часу, учені з різних галузей знань XIX та XX століть. Не оминає його увагою також сучасна наукова спільнота, адже відповідь на це питання часто має визначальне значення для багатьох дослідників, які нині вивчають онімну лексику з пози-

цій психолінгвістики, соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики тощо. Чимало новітніх досліджень репрезентують ті чи ті погляди вчених, основою для яких послуговували висновки, спостереження, гіпотези, які зроблені кілька століть тому й відтоді пройшли довгу еволюцію. Сьогодні ретроспективний аналіз поглядів зарубіжних учених щодо наявності або відсутності значення у власних назв в українській лінгвістиці представлений спорадично, переважно в межах дисертаційних досліджень у контексті інших проблем, тож вважаємо за необхідне систематизувати цей матеріал для створення цілісного погляду на проблему значення власних назв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значення власних назв було предметом наукових пошуків багатьох дослідників минулих століть. Засадничими для роботи вважаємо роботи філософів, лінгвістів, логіків: Т. Гоббса, Г. Ляйбніца, Дж. С. Мілля, А. Нурена, В. Брендаля, Е. Бюссанса, Х. Бертельсена, А. Гардінера, С. Кріпке, Дж. Лайонза, Р. Діксона та інші. Їхні погляди на значення власних назв тією чи тією мірою аналізували їхні послідовники або опоненти наступних століть, зокрема О. Ахманова, Н. Арутюнова, В. Бондалетов, Ю. Карпенко, О. Суперанська, О. Реформатський, О. Фоякова та інші. У XXI ст. до цієї проблеми зверталися Л. Альошина, Л. Ахметзянова, З. Беданокова, Н. Галюк, А. Гузнова, З. Книжникова, О. Ковальчук, Є. Плешков, І. Пономаренко, В. Слабоуз, А. Швець та інші.

Мета статті – окреслити цілісний погляд на проблему значення онімів, схарактеризувавши наявні в зарубіжній лінгвістиці та філософській думці класичні підходи до розуміння семантичності й асемантичності власних назв і простеживши їх еволюцію.

Методи дослідження включають аналіз і синтез інформації, репрезентованої в зарубіжних наукових джерелах, порівняння, систематизацію різних поглядів учених на проблему наявності або відсутності значення у власних назв.

Виклад основного матеріалу. Обговорення проблеми значення власних назв розпочалося ще в IV ст. до н.е. з інтерпретації походження назв «за природою» та «за домовленістю»: давньогрецький філософ Платон констатував, що слова відображають природу позначуваних ними предметів, а найменування тісно пов'язані з тими об'єктами, на які вони вказують; його учень Аристотель натомість переконував, що всі назви виникають тоді, коли стають знаком, та отримують значення лише за домовленістю [1, с. 50].

У XVII ст. пошуки в царині семантичних теорій продовжили філософи Т. Гоббс і Г. Ляйбніц. Аналізуючи імена, Т. Гоббс дійшов висновку, що вони передусім виконують роль своєрідних міток для підкріплення нашої пам'яті, а також

служать для позначення та викладу того, що ми зберігаємо в пам'яті [2, с. 82]. Це триває доти, доки ми не починаємо застосовувати їх як знаки (для повідомлення іншим мовцям). У цьому контексті автор наголошував, що між речами та їх назвами немає жодної подібності, адже перші лишаються незмінними, а от імена постійно виникають і зникають, різні народи використовують неоднакові лексеми, а це означає, що імена речей не можуть впливати з їх природи. Свою чергою, Г. Ляйбніц підкреслював, що назви дуже часто відповідають властивостям речей [3, с. 342].

На етапі становлення логічної семантики в XIX ст. поширилася ідея, що мовні одиниці можуть указувати на об'єкт, просто називаючи його, але не описуючи: наприклад, особовим іменем *Аристотель* можна позначити конкретного індивіда, нічого не повідомляючи про нього [4, с. 103]. Така концепція відсилає до міркувань британського філософа Дж.С. Мілля в праці «Система логіки силлогістичної та індуктивної» (1843). За його спостереженням, власна назва є просто ярликом, який накладається на індивідуальний предмет і не має значення [5, с. 146]. За допомогою оніма можна лише вказати (так само, як пальцем), на який саме одиничний референт цей ярлик прикріплений або на який передбачалося його прикріпити. Філософ наводить аналогію між власною назвою та намальованим крейдою хрестиком, яким позначено будинок розбійника в арабській «Тисяча й одна ніч»: хрестик лише виокремлює будинок із-поміж інших, але жодним чином не характеризує його (відсутні вказівка на власника, наявність чи відсутність матеріальних благ тощо); так само як ім'я не репрезентує тих чи тих властивостей його носія [5, с. 83]. На думку Дж.С. Мілля, власні назви пов'язані із самими предметами, саме тому в разі трансформації тих чи тих властивостей предмета, які мотивували його назву, не виникає потреби в зміні оніма: назва міста *Дартмут* (Dartmouth), мотивована гідронімом *Дарт* (Dart), навіть за умови зникнення річки зберігатиме свою назву [5, с. 82]. Суто денотативним протиставляються конотативні назви, які не лише вказують, а й мають певний поняттєвий зміст.

Значний потенціал концепції Дж.С. Мілля відзначали чимало його прихильників у наступні десятиліття. Зокрема, його підтримав шведський дослідник А. Нурен, який тлумачив оніми як одиниці, що живаються лише для відокремлення одного об'єкта від інших, не позначаючи жодних властивостей. Конкретизуючи свою наукову позицію, А. Нурен трансформував міллівський приклад: згідно з його версією, *Дартмут* міг стати власною назвою лише після того, як пісок або землетрус виконали свою руйнівну роботу [6], тобто після зникнення властивостей, що мотивували цей онім. На підтвердження він наводить приклад стародавнього міста в Австрії Шпіттал (Spittal), назва якого від початку не була «чистокровним» онімом, поки там існувала лікарня, і набула такого статусу лише тоді, коли лікарня зникла.

Міллівських постулатів торкнувся також британський учений Дж. Кейнс у праці «Studies and Exercises in Formal Logic» (1884). Власною, на його переконання, є назва, присвоєна як знак для відмежування окремої людини чи речі від інших, однак у її значенні не має на увазі володіння якимись особливими атрибутами [7, с. 3]. При цьому на особливу увагу в контексті дослідження заслуговують його тези, що оніми мають «навідний» потенціал, наприклад, можуть указувати на людину та її стать, а також обираються з певних причин [7, с. 18–21].

З-поміж інших однодумців Дж.С. Мілля в науковій літературі найчастіше називають датського лінгвіста, прихильника глосематики В. Брендала, що визначив оніми як знаки не описаних об'єктів і виключив із категорії пропріативів усі слова та словосполучення, які ще зберігали значення (наприклад, прізвиська, мотивовані назвами професій) [8, с. 81–85], бельгійського лінгвіста Е. Бюїссанса, що уналежнив оніми до допоміжних одиниць, спираючись на ідею що для визначення об'єкта достатньо й номінального імені [9, с. 43], а також датського дослідника Х. Бертельсена, який уважав, що власна назва позначає об'єкт без указівки на обставини, характерні для цієї особи або тих осіб, для яких це ім'я використовується [10].

Міллівську традицію продовжили визначні науковці А. Гардінер та С. Кріпке. Англійський лінгвіст А. Гардінер у роботі «The Theory of Proper Names: A Controversial Essay» (1957) уточнив, що основною метою власних назв є ідентифікаційна, яка досягається виключно за допомогою дистинктивного звучання безвідносно до будь-якого значення, від початку властивого цьому звуковому комплексу або набутого ним через асоціацію із зазначеним об'єктом або групою об'єктів [11, с. 73]. Спираючись на ідею філософа II ст. до н.е. Діонісія Фракса (Dionysius Thrax), що онім як слово, безумовно, прив'язаний до певної сутності, А. Гардінер виокремлював власні назви «тілесні» (мають конкретних носіїв) і «безтілесні» (не мають конкретних носіїв) [11, с. 8].

Представник аналітичної філософії та дослідник загадки вживання в мові власних назв і контекстів думки С. Кріпке трактує власні назви як жорсткі десигнатори, що позначають той самий об'єкт у всіх можливих світах, причому автор припускає як реальне існування цього об'єкта, так і його відсутність [12]. Референція відбувається без залучення знань про різноманітні властивості об'єктів завдяки каузальному ланцюгу.

Ідею відсутності у власних назв сенсу чи значення підтримав також автор фундаментального дослідження із семантики «Semantics» (1977) Дж. Лайонз, який при цьому зауважив, що це є широківідомим, але не загальнознаним фактом [13, с. 198]; британський провідний фахівець із лінгвістичної типології Р. Діксон, який проголосив оніми єдиними назвами, які нічого не означають [14].

Попри значну популярність, концепція асемантичності власних назв неодноразово критикувалася. Так, наприкінці XIX ст. антагоністом виступив англійський філософ, логік, математик В.С. Девонс: у роботі «Principles of Science» (1874) дослідник припустив, що Дж. Мілля плутає конотацію назв із їх етимологією, що тісно пов'язано з його власним розумінням значення як такого, «про що ми повинні думати, коли використовуємо назву» [15, с. 25]. У його працях відзначено думку, що логіки помиляються, коли вважають, що одиничні назви не мають значення, оскільки вони перевершують у цьому всі інші [16, с. 174].

У 1897 р. побачила світ праця французького лінгвіста М. Бреалю «Essai de Sémantique», всесвітньовідомого автора терміна «семантика» та ініціатора пошуку семантичних «законів». У ній дослідник визнавав доволі привабливою ідею розуміння власних назв як окремого виду, що взагалі перебуває поза мовою, пояснюючи це тим, що етимологія для онімів не має визначального значення, їм властива неперекладність, а також менш помітна участь у фонетичних змінах [17, с. 192–196]. За кількістю вміщених у них ідей власні назви, безперечно, переважають, адже вони більш сигніфікативні.

Його підтримав інший англійський логік і філософ – Г. Джо-зеф, який у роботі «An introduction to logic» (1906) полемізує з Дж. Міллем щодо відсутності у власних імен значення. На його думку, власне ім'я не має значення лише до того, як його присвоїли, однак після того, як ним позначили певний предмет, воно його набуває [18, с. 136]. Це значення навіть більше за значення загальних назв, хоч автор не заперечує нездатність онімів передавати інформацію про незнайому особу [16, с. 174]. Для роботи цікавим є спостереження Г. Джо-зефа, що відсутність значення у власних назв спростовується кожним злочинцем, який обирає для себе псевдонім.

Інноваційною за своє сутність стала теорія знаного німецького логіка Г. Фреге, обґрунтована ним у роботі «Смисл і значення» (1892 р.). Результати його багаторічних наукових пошуків утілилися у формат семантичного трикутника: знак, смисл і значення [19, с. 354]. Знаком Г. Фреге називав будь-яке позначення, що виконує роль власної назви (власна назва), а значенням – той предмет, про який говориться (денотат). Кожен мовець, на думку автора, пов'язує з конкретною власною назвою певну властивість, що визначає його носія як унікальний об'єкт, саме вона і становить смисл власної назви (фактично йдеться про відповідь на питання «Хто такий ...?») [12, с. 195]. В ідеалі одному знаку відповідає один смисл, а йому – один денотат, однак на практиці на той самий денотат (планета *Венера*) можуть указувати одразу два оніми (*Вранішня зірка*, *Вечірня зірка*), устанавлюючи різні смисли (маємо два способи представлення планети Венери). Щоб розуміти смисл власних назв, мовцю необхідно лише володіти мовою на достатньому рівні або знати сукупність позначень, до якої належить ця назва. Дослідник ілюструє теоретичні положення прикладом, як різні люди можуть вкладати неоднаковий смисл у власну назву *Аристотель*: перші вважатимуть, наприклад, що Аристотель – це «учень Платона й учитель Александра Великого», а інші – «учитель Александра Великого, який народився в Стагирі». Коментуючи смисл знака, Г. Фреге наполягав, що його необхідно відрізнити від уявлення (внутрішнього образу) про цей знак: перший є надбанням людства, другий – лише частиною досвіду окремої людини, часто насичений емоціями, іноді розпливчастий, варіативний [19, с. 356].

Новаторською в пошуках відповіді на питання про наявність чи відсутність у власних назв значення стала описативна теорія Б. Расселла. Спираючись на ідеї попередників, автор запропонував власне бачення, проаналізувавши імена та описативні. Іменем він уважав завжди простий символ, що не розкладається на інші символи й прямо позначає індивідуальний об'єкт (*Скотт*). Останній, відповідно, і є його значенням, яке існує само собою та не залежить від інших слів. Описативні (*автор «Вавервеля»*) натомість складаються з декількох лексем із фіксованими значеннями, з яких формується «значення» описативної [20]. При цьому автор дійшов висновку, що будь-яке ім'я на кшталт *Гомер* можна замінити описативною (наприклад, «автор «Іліади» та «Одіссеї»), а отже, можна стверджувати, що власна назва є завжди скороченим чи прихованим описом або набором описів конкретного об'єкта, який набуває свого значення лише в контексті.

Попри те що ідеї Г. Фреге та Б. Расселла набули популярності в багатьох філософів середини ХХ ст. (А. Еер, В. Квайн, Д. Девідсон), згодом їх піддано модифікаціям. Так, наприклад, американський філософ Дж. Серль значення власної

назви кваліфікував не як одну, а як сукупність описативних. Наявність у власних імен смислу автор трактував двоюко: оніми не мають смислу в тому разі, коли йдеться про специфічні характеристики об'єкта, і, навпаки, мають смисл, якщо брати до уваги логічні характеристики, які називають клас об'єктів типу річка, гора, людина тощо. Дослідник переконував, що для того, аби яка-небудь назва взагалі могла використовуватися для вказівки на об'єкт, має бути певна незалежна репрезентація цього об'єкта (шляхом сприйняття, пам'яті, певного опису) [21, с. 259]. Його однодумцем був також Л. Вітгенштайн, який підкреслював, що знаки у звуковому, письмовому друкованому вигляді є мертвими, а оживити їх може лише вживання, тобто значення – це спосіб уживання слова в контексті мовної гри, техніка використання знака відповідно до правил, яку опановують [22, с. 11–12, 32]. Учений закликав уважно придивитися до того, наскільки своєрідним є уживання особистого імені людини, за допомогою якого ми звертаємося до неї. Проприативи як найбільш конотовані слова згадував також датський лінгвіст О. Есперсен. Він припустив, що значенням власної назви є «комплекс якостей, характерних для носія назви». Власні назви можуть мати деякі описові ознаки як загальні іменники, але, на відміну від них, не мають системного лексичного мовного значення [23, с. 67].

Висновки. Узагальнено проаналізовані концепції можна представити у вигляді протилежних комплексів наукових поглядів: 1) оніми не мають значення (В. Брендаль, Е. Бюссанс, А. Гардінер, Р. Діксон, С. Кріпке, Дж. Лайонз, Дж. С. Мілль, А. Нурен); 2) власні назви мають значення в тому чи іншому розумінні (М. Бреалє, Г. Фреге, О. Есперсен, Б. Расселл, Дж. Серль, Л. Вітгенштайн). Принагідно зауважимо, що проаналізовані праці здебільшого є логіко-філософськими, а не лінгвістичними, про необхідність яких наголошував В. Лангедонк: «Власні назви – це слова, які насамперед заслуговують на лінгвістичну увагу» [24, с. 2–3]. Однак саме вони часто слугують основою або орієнтиром для пізніших суто мовознавчих, а надалі й ономастичних досліджень.

Література:

1. Ахметзянова Л.М. Проблема семантики имени собственного. *Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств*. 2010. № 1. С. 50–56.
2. Гоббс Т. Сочинения : в 2 т. Москва : Мысль, 1989. Т. 1. С. 66–218.
3. Лейбниц Г.В. Сочинения : в 4 т. Москва : Мысль, 1983. Т. 2. 686 с.
4. Куслий П.С. Имена, описативные и проблема жесткой десигнации. *Эпистемология и философия науки*. 2008. № 2. С. 103–118.
5. Милль Дж.С. Система логики силлогистической и индуктивной. Москва : ЛЕНАНД, 2011. 832 с.
6. Noreen A. Einführung in die wissenschaftliche Betrachtung der Sprache. Halle : Niemeyer, 1923. 460 p.
7. Keynes J.N. Studies and Exercises in Formal Logic: Including a Generalisation of Logical Processes in Their Application to Complex Inference. London : Macmillan and Co., 1884. 415 p.
8. Brøndal V. Ordklasserne. Partes Orationis. Studier over de sproglige Kategorier. Avec un résumé en français. Kjobenhavn : Gad, 1928. 272 p.
9. Галюк Н.С. Основні етапи визначення імені власного в історії лінгвістики. *Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки»*. 2002. № 3. С. 41–45.
10. Bertelsen H. Fællesnavne og Egennavne. Copenhagen : Hagerup, 1911. 67 p.

11. Gardiner A. The theory of proper names: a controversial essay. London : Oxford University Press, New York, Toronto, 1954. VIII+78 p.
 12. Крипке С. Тождество и необходимость. *Новое в современной лингвистике. Вып. 13 : Логика и лингвистика (проблемы референции)*. Москва, 1982. С. 340–376.
 13. Lyons J. Semantics. Cambridge : Cambridge University Press, 1986. Vol. 1. 371 p.
 14. Dixon R.M.W. Grammatical categories in Australian languages. Canberra : Australian Institute of Aboriginal Studies; Humanities Press, 1976. 776 p.
 15. Jevons W.S. The Principles of Science: A Treatise on Logic and Scientific Method. London : Macmillan & Co., 1874. 480 p.
 16. Jong W.R. de. The Semantics of John Stuart Mill. Dordrecht : D. Reidel Publishing Company, 1982. 267 p.
 17. Bréal M. Essai de sémantique. Science des significations. Paris : Hachette 1897. 349 p.
 18. Joseph H.W.B. An introduction to logic. Oxford, 1906. 138 p.
 19. Фреге Г. Смысл и денотат. *Семантика и информатика*. 1997. Вып. 35. С. 352–379.
 20. Рассел Б. Introduction to Mathematical Philosophy. 2éd. London, 1920. Ch. XVI. Descriptions. P. 167–180.
 21. Searle J.R. Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge University Press : Cambridge, 1969. 203 s.
 22. Козлова М.С. Идея «Языковых игр». *Философские идеи Людвига Вайнштейна*. Москва, 1996. С. 5–25.
 23. Jespersen O. The Philosophy of Language. New York : Bantam, 1965. 372 p.
 24. Langendonck W. Theory and typology of proper names. De Gruyter Mouton, 2007. 378 p.
- Chornous O. Classic approaches to the semantics of proper names in foreign studies**
- Summary.** One of the most contentious in European and Ukrainian onomastics is whether or not proper names have semantics. It was discussed with famous philosophers and logic of antiquity, prominent figures of science and art of the Renaissance and the New Age, scientists from different fields of knowledge of the XIX and XX centuries. At the same time the modern scientific community doesn't ignore this problem nowadays as well, because the answer to this question is often decisive for many researchers who now study different proper names from the perspective of psycholinguistics, sociolinguistics, cognitive linguistics, and so on. The purpose of the article is to create a holistic view of the semantics of proper names by describing the classical approaches available in international linguistics and philosophical thought to the presence or absence of semantics in proper names. The methods of research include analysis and synthesis of information presented in international researches, comparison, systematization of different views of researches on the problem of the presence or absence of semantics in proper names. The discussion of the problem started in IV BC according to the interpretation of the origin of the proper names “by nature” (Plato) and “by agreement” (Aristotle). In the future, there is no unity in the views of scientists. In analyzing the proper names, T. Hobbs concluded that they primarily serve as a kind of marker for our memory. In turn, G. Leibniz stressed that names very often correspond to the properties of things. This stand-off was further entrenched. The overview of all subsequent proposed concepts can be presented as opposing complexes of scientific views: 1) proper names don't have meaning (V. Brøndal, E. Buyssens, R.M.W. Dixon, A. Gardiner, S. Kripke, J. Lyons, J.S. Mill, A. Noreen); 2) proper names have meaning in one way or another (M. Bréal, G. Frege, O. Jespersen, B. Russell, J. Searle, L. Wittgenstein). We should also admit that these researches are mostly logical and philosophical rather than linguistic, but they are often the basis for later purely linguistic and onomastics studies.
- Key words:** onym, meaning, absence of semantics, classical scientific approaches, foreign research.

Шаповал О. В.,

викладач кафедри східних мов та перекладу
Київського університету імені Бориса Грінченка

МІМЕТИЧНА ЛЕКСИКА ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню міметичної лексики японської мови. Ця тема привертає увагу багатьох дослідників з різних причин. По-перше, за різними підрахунками, кількість ономапоетичних лексем у японській мові сягає більше тисячі одиниць, що суттєво вирізняє цей шар лексики від інших мов. По-друге, ті категорії, які в інших мовах передаються за допомогою словосполучень або опису, у японській мові виражаються шляхом ономапоетичних слів, за якими закріплені певні значення. По-третє, це багатий матеріал, який ілюструє різноманіття засобів японської мови загалом і дає змогу глибше пізнати японську культуру.

Традиційно в японській лінгвістичній школі виділяють три класи ономапоїв: гіонго (аналог терміну «звуконаслідування» у вузькому розумінні), гісейго (часто перекладається як «звуконаслідування», але вужчий термін, ніж гіонго) і гітайго (аналог терміну «звукосимволізм», у різних джерелах також має назви «образонаслідувальні» і «звукобразальні» слова). Крім того, виділяють такі класи, як гідзьо:го, канкакуго, кандзь:го, гійо:го.

Стаття присвячена міметичній лексиці, до якої зазвичай зараховують «гітайго». На відміну від інших двох традиційних класів, ця лексика не має звукового аналога, що створює проблеми при викладанні цих одиниць здобувачам вищої освіти й перекладі українською мовою (наприклад, коли людина «багатозначно усміхається», говорять «*にやにや*» («нія-нія»); коли літня чи втомлена людина «йде, похитуючись» – «*ふらふら歩く*» («фура-фура аруку»)). Проте ця тема інших досліджень.

У статті надається визначення понять «ономапоєя», «ономапоетичні одиниці», «міметична лексика», «гітайго». Зосереджено увагу на відмінностях тлумачення терміна «ономапоєя» в європейській і японській лінгвістиці; проаналізовано й узагальнено різні підходи японських мовознавців до класифікації ономапоетичної лексики; указано основні особливості міметичної лексики «гітайго».

Ключові слова: ономапоєтика, звуконаслідування, звукосимволізм, міметична лексика, гітайго.

Постановка проблеми. Ономапоетична лексика представлена майже в усіх мовах, як правило, це досить незначна група лексичних одиниць. Що ж до японської мови, то вона є винятком у цьому плані, оскільки налічує тисячі лексем. Відповідно, постає проблема їх класифікації, зокрема виокремлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Міметичну лексику досліджували як зарубіжні (А. Судзукі, С. Куніко, І. Таморі, Є.Д. Поліванов, Є.М. Колпакчі, Н.І. Фельдман, О.Ф. Фролова, С.В. Чиронов, Н.Г. Румак, А.О. Подшиб'якіна), так і вітчизняні (О.І. Кобелянська, Ю.Л. Мосенкіс) науковці. Їхні дослідження присвячені питанням походження, використання в мовленні, класифікації ономапоетичних одиниць. Особлива увага в працях японських мовознавців приділя-

ється опису структурних моделей ономапоетичних одиниць (К. Ідзумі, Х. Кіндаїчі, І. Таморі).

Метою статті є визначення основних диференційних ознак і класифікаційних параметрів ономапоетичної лексики японської мови, зокрема міметичних лексем «гітайго».

Виклад основного матеріалу. Ономапоєя позначає особливий вид лексики, який передає образ об'єкта чи явища через звукові асоціації. Це поняття можна зустріти в багатьох мовах, але його використання буде досить обмеженим, на відміну від японської мови, де кількість ономапоетичних одиниць налічує тисячі лексем і простежується майже в кожній сфері та стилі мови.

Центральними при вивченні ономапоєї є питання виникнення цих лексичних одиниць у мові. Існує думка, що поява звуконаслідувань безпосередньо пов'язана з релігійним складником японської культури. Як відомо, японці сповідують синтоїзм, основа якого лежить в обожнюванні природних сил і явищ і поклонінні їм. Уважається, що в багатьох речей і явищ є своя духовна сутність, яка, вочевидь, має також звукові властивості. Варто згадати, що японці завжди надзвичайно чутливо ставилися до природи й навколишньої дійсності, що, напевне, спричинило появу великої кількості ономапоетичної лексики в японській мові [3, с. 110].

Японці надзвичайно пишуться експресивними засобами своєї мови. Як зазначає Куніко Санада, авторка статті «Слова, які передають почуття та враження» [7], «цей багатий описовий словник розвинувся, можливо, тому, що японська культура надає великого значення впливу на нас звуків і речей, наприклад, те, що ми відчуваємо, коли торкаємось чогось, або бачимо щось чи чуємо. Ці слова надають нашому мовленню особливий ритм і допомагають нам описувати почуття та враження». Ономапоетичні слова зустрічаються в мовленні як дітей, підлітків, так і людей середнього та похилого віку; у класичній і сучасній літературі, у коміксах, газетах і журналах, у рекламі товарів та оголошеннях, на плакатах та афішах – словом, усюди. Саме тому вивчення ономапоєтики є необхідністю, адже це не просто пласт лексики японської мови. Вона несе в собі частку національної культури, японського образу мислення. При вивченні й аналізі ономапоетичних слів можна глибше проникнути в структуру самої мови. Це свідчить про те, що ономапоєтику можна розглядати не лише як лексичний матеріал, а і як невід'ємну частину японської мови та японського менталітету.

В індоєвропейському мовознавстві існує значна кількість термінів, що вживаються для позначення ономапоєї як універсального мовного явища: *ономапоєя*, *ономапоетична лексика*, *ономапоє*, *ономапоєтика*, *звуконаслідування*, *звуконаслідувальні слова*, *дескриптивна лексика*, *фонетично вмотивовані лексичні одиниці*, *мімема*, *імітатив*, *інтер'єк-*

тив, ідеофон, образотворчі слова тощо. Однак найбільш уживаними з-поміж них є терміни *ономатопея* й *ономатопоетична лексика*.

У спеціальній науковій літературі *ономатопея* (від грец.: *ὄνοματοποιία*; від *ὄνομα* «ім'я» + *ποιέω* «роблю, творю», тобто «словотвір», «словотворення»/через звуконаслідування) як мовне явище визначається як «закономірний мимовільний фонетично вмотивований зв'язок між звуковим складом слова (фонемами) й акустичною ознакою позначеного (денотатом)» [12, с. 165]. Це означає, що, на відміну від більшості загальних іменників, фонетичний запис слова-звукослідування так чи інакше відсилає нас до тих звуків, які це слово позначає.

Як зазначає Н.Г. Румак, це визначення пояснює відмінність між наслідуванням однакових звуків у різних мовах. Якщо зв'язок між формою та змістом є фонетично вмотивованим, то стає очевидним, що різна фонетична організація мов слугує гарантом від появи цілком однакових звуконаслідувань [6].

Справа в тому, що кожна окрема мова адаптує певні звуки згідно зі своєю фонетичною системою. Саме тому при однакових джерелах походження звуконаслідування можуть мати ту чи іншу фонетичну форму в різних мовах світу. Цей клас слів представлений майже в усіх мовах і, як правило, представляє досить незначну групу лексичних одиниць. Що ж до японської мови, то вона є винятком у цьому плані.

Ономатопею визначають також як «умовну імітацію різних позамовних звукових явищ природного довкілля фонетичними засобами конкретної мови (звуків тварин, неживих предметів, явищ природи тощо)» [1, с. 84; 5, с. 508; 8, с. 431].

Для позначення всього класу ономатопоетичної лексики японські лінгвісти використовують термін *オノマトペ/ономатопе* (уміщує поняття «звукослідування» і «звукоскопознаження»). В англійській літературі найбільш уживані терміни – *onomatopoeia* і *mimesis* (для гіонго/гісейго та гітайго відповідно), тобто в західній лінгвістичній традиції прийнято суворіше розмежовувати ці явища.

Загалом визначення ономатопоетичних одиниць, які зустрічаються в літературі, діляться на 3 групи: пов'язані з поняттям звукового символізму, семантичні та функціональні.

Визначення, пов'язані зі звуковим символізмом, указують на тісний зв'язок значення ономатопоетичних одиниць з їх звучанням. Деякі джерела та науковці акцентують увагу на обов'язковості й мимовільності цього зв'язку: «[Гісейго/гітайго] прямо передають значення за допомогою звуків» [6].

Семантичні визначення окреслюють галузь значень ономатопоетичних одиниць і визначають гісейго (звукослідування) як слова, що відображають звуки чи голоси, а гітайго (образонаслідувальні, звукоскопознавальні слова) як слова, що описують стан речей, який безпосередньо не пов'язаний зі звуками.

Функціональні визначення характеризують ономатопоетичні слова з погляду тієї ролі, яку вони відіграють у мові, і пояснюють мету їх використання в мовленні. Загальною для всіх науковців є вказівка на конкретність ономатопоетичних слів, їх експресивність, лаконічність, а також той факт, що вони слугують для вираження нюансів значень і створення «ефекту присутності».

К. Кадоока додає, що ономатопоетичні слова «виражають нюанси значень, детально описують почуття й рух речей; їм притаманні безпосередність та ефектність; вони уточнюють сенс дієслів з широким значенням» [2].

До лаконічності поряд зі здатністю «миттєво викликати образ» можна також додати ємність ономатопоетичних слів, яка дає змогу в значенні однієї одиниці поєднувати не лише різноманітні характеристики дії або стану, а й емоції, котрі ці дії чи стани викликають у носіїв мови.

Варто зазначити, що в Японії ономатопея є достатньо вивченим явищем, незважаючи на те що початок досліджень цієї галузі власне японськими лінгвістами припадає на другу половину ХХ ст. Справа в тому, що до середини ХІХ ст. японське мовознавство обмежувалося лише текстологічними дослідженнями. Мовознавці зосереджувалися на мовностилістичній інтерпретації літературних творів. Звукоскопознавальна лексика знаходилася за межами тогочасних досліджень. У складі поетичних творів, де вона трапляється досить часто, вона обмежувалася тлумаченням семантики та етимології.

Проте саме в ході етимологічних досліджень на початку ХІХ ст. сформована перша в Японії теорія походження мови. Її автор Судзукі Акіра (1764–1837) виділив чотири шляхи формування мови: наслідування голосів тварин, наслідування людського голосу, наслідування звуків природи, зображення дій і станів. До речі, він надавав перевагу саме звукоскопознаванню через багатство японської мови на звукоскопознавальну та звукосимволічну лексику [9].

Саме завдяки поширеності цього явища в сучасній японській мові й різноманітності лексичних одиниць, які традиційно зараховують до ономатопоетичних слів, у японському мовознавстві воно розглядається набагато глибше, на відміну від європейської та американської традиції. Як зазначає О. Кобелянська, це скоріш за все пов'язано з тим, що японські лінгвісти свого часу дуже ретельно опрацювали «Курс загальної лінгвістики» Ф. де Соссюра, оскільки його праця вперше перекладена саме японською мовою. Окрім опрацювання, японські науковці також творчо розвинули окремі принципові положення твору, що цілком закономірно дало змогу вдосконалити й деталізувати класифікацію японської ономатопоетичної лексики [4].

На основі викладеного вище матеріалу пропонується таке визначення: «Ономатопоетичні одиниці – це слова японської мови, які безпосередньо передають звуки живої та неживої природи, фізичні й емоціональні відчуття, що описують дії і стани предметів. Для цих одиниць характерні наявність низки формальних ознак, запис складовою абеткою (хіраганною чи катаканною) та використання в мовленні для лаконічного й емоційного опису, поживлення оповіді і створення «ефекту присутності».

Багато авторів займалося класифікацією ономатопоетичної лексики японської мови за різними ознаками.

Традиційно в японській лінгвістичній школі виділяють три класи ономатопів: гіонго, гісейго і гітайго.

1. *擬音語* (гіонго – «слова, що імітують звук») – аналог терміну «звукослідування» у вузькому розумінні. Гіонго покликають позначати голоси чи звуки впливу на неживі предмети (у тому числі впливу людини) й передавати їх у звуковій (на письмі – у буквеній) формі. Зазвичай вони записуються катаканною.

2. *擬声語* (гісейго – «слово, що імітує голос») – вузький термін, ніж гіонго, який використовують для передачі голосів птахів, тварин, людей. Часто перекладається як «звукослідування».

3. 擬態語 (*imitatio* – «слово, що імітує поведінку, стан чи ситуацію») – аналог терміну «звукосимволізм». У різних джерелах також має назви «образонаслідувальні» та «звукобразжальні» слова. Їтайго визначаються як слова, які образно або символічно описують фізичні чи емоційні стани, явища, ситуації тощо.

За Шібатані та Маргіном [13], японські ономапоетичні слова зазвичай визначають як «гіонго-їтайго», і розділяють на три класи:

- 1) гісейго/гіонго (*phonomimes*): імітують звуки;
- 2) їтайго (*phenomimes*): описують стани, умови навколишнього світу;
- 3) гідзьо:го (*psychomimes*): виражають внутрішні почуття людини та її психічні стани.

Перший клас називають *ономапоеєю*, а другий і третій – *міметичними словами* [88].

Найбільш повною є класифікація Ікухіро Таморі, подана в його книзі «Дослідження японської ономапоетії» [10], у якій автор описує всі можливі значення цього шару лексики з погляду змісту.

Спершу І. Таморі розділяє всю ономапоетичну лексику за ознакою сприймання або несприймання на слух (автор оперує англійськими термінами *audible or not*) на звукову ономапоетію (*sound*) та ономапоетію способу дії (*manner*), потім звукову – за ознакою озвучення/неозвучення голосом живої істоти (*vocalized or not*) – на «голосо-» і «звуконаслідування» (відповідно гісей і гіон).

Ономапоетія способу дії ділиться в нього на ті слова, які «наслідують почуття» (гідзьо:), і ті, які «не наслідують почуття» (хігідзьо:) за ознакою сприйняття свідомістю і співвіднесеністю з почуттями, відчуттями й емоціями (*mental or not*), перша з яких, у свою чергу, ділиться на відчуття (*kanjaku*) і почуття (*kandjyo:*) за ознакою сприйняття/несприйняття зовнішніми органами чуттів (*sensational or not*), а друга – на «наслідування поведінки» (гійо:) і на «наслідування стану» (їтай) за ознакою одухотвореності, тобто співвіднесеності з людиною або іншими живими істотами (*animated or not*).

Отже, автор стверджує, що в японській мові існує шість класів ономапоетичних прислівників:

- 1) «голосонаслідування» (гісей, наприклад, 犬がワンワンとなく (іну га ван-ван то наку) – «собака гавкає «гав-гав»»);
- 2) «звуконаслідування» (гіон – 雨がザーッと降る (аме га дза:тто фуру) – «шумить дощ»);
- 3) «описи відчуттів» (*kanjaku* – 肌がツルツルしている (хада га цуру-цуру шітеіру) – «шкіра гладенька»);
- 4) «описи почуттів» (*kandjyo:* – 心がうきうきしている (кокоро га укі-укі шітеіру) – «серце калатає (у радісному очікуванні)»);
- 5) «описи поведінки» (гійо: – 人がノロノロ通っていく (хіто га норо-норо тоотте іку) – «повз повільно проходять люди»);
- 6) «описи стану» (їтай – 花びらがちらちらと落ちてくる (ханабіра га чіра-чіра то очіте куру) – «кружляючи в повітрі, падають пелюстки»).

Хоча така класифікація є суб'єктивною, вона дає змогу визначити класи японської ономапоетії більш детально, ніж при звичайному її розподілі лише на звуконаслідування й ономапоетію способу дії.

Крім того, автор представляє детальну класифікацію японської ономапоетії з погляду форми (кількість складів, фонетичний склад – чергування голосних і приголосних, повторення, редуплікації, використання довгих звуків, гемінат і сонант; суфікси та їх сполучуваність з різноманітними видами ономапоетичних слів залежно від їх значення), а також з погляду належності до тієї чи іншої частини мови (прислівники як такі: дієслова, іменники та прикметники, утворені від цих прислівників різними способами).

Розглянемо детальніше міметичну лексику їтайго. Їтайго класифікують як *лексичні одиниці, вимова яких створює образне враження про значення слова*. Вони позначають види рухів, світлові явища, атрибути об'єктів (форма, розмір, відстань, властивості їх поверхні), а також ходу, міміку, фізіологічні та емоційні стани людини і тварин. Тобто їх особливість полягає в тому, що такі слова позначають феномени та стани, які не мають звукового аналога. Завдяки цьому їтайго позначають також як «звукобразження». Наприклад, коли людина «багатозначно усміхається», говорять «*にやにや*» («нія-нія»); коли літня чи втомлена людина «йде, похитуючись» – «*ふらふら歩く*» («фура-фура аруку»); коли на хвилях «погойдується» корабель – «*ゆらゆら*» («юра-юра»); коли світить сонце – «*さんさん*» («сан-сан»); коли світить місяць – «*こうこう*» («коу-коу»); коли сяють зірки – «*きらきら*» («кірі-кіра»); коли дівчина тремтить від страху – «*がたがた*» («гата-гата») [11].

Загальною є думка, що *їтайго* прийнято вважати аналогом терміну «звукосимволізм».

Для визначення терміна звукосимволізму існує декілька термінів: «звукочиселізм», «фонетичний символізм», «символіка звуку». Явищем звукосимволізму прийнято позначати «*закономірний, мимовільний, фонетично мотивований зв'язок між фонемами слова й покладеною в основу номінації незвуковою (неакустичною) ознакою денотата (мотиву)*» [12, с. 166]. Звукосимволізми як пласт слів можуть позначатися різними термінами. В основному це три терміни англійською мовою: *ideophones* (ідеофони) – для позначення цього явища в африканських мовах та індійських мовах Північної Америки; *expressives* (експресиви) – для позначення цього явища в мовах південно-східної Азії; *mimetics* (наслідування) – для позначення цього явища у звуконаслідуванні в японській і корейській мовах [13].

Звукосимволізми охоплюють широкий спектр позначуваних явищ: рух і світло, форму і величину предметів, віддаленість і близькість об'єктів, властивості поверхні чи матеріалу, ходу, міміку, поведінку тварини, фізичний та емоційний стан людини.

Слова, семантично визначені як їтайго, охоплюють діапазон значень від опису почуттів хвороб і болю (*むかむか* (мука-мука) описує нудоту, *ずきずき* (дзукі-дзукі) і *ひりひり* (хірі-хірі) описують гострий пульсуючий біль відповідно до емоцій (*わくわく* (ваку-ваку) описує нервову хвилювання) і способів дії.

У сучасній японській мові ономапоетії зазвичай функціонують як прислівники, але іноді можуть виконувати абсолютно різні функції в реченні.

Щодо сфер використання міметичної лексики, це усне мовлення, художня література, ЗМІ, реклама тощо. Завдяки своїй широкій функціональності ономапоетична лексика знаходить застосування в кожній сфері мови. Далі наводяться приклади використання ономапоетії в деяких сферах.

Опис головного болю:

- ズキズキ/дзукі-дзукі – довготривалий пульсуючий біль;
- ズキンズキン/дзукін-дзукін – відчуття, ніби щось стріляє в голову;
- ガンガン/ган-ган – «гудіння», ніби дзвони б'ють;
- シクシク/шіку-шіку – слабкий, але довгий біль;
- キリキリ/кірі-кірі – довгий гострий біль (ніби вкручують свердо).

Реклама:

– わたパチ/ватапачі – солодка вата з карамеллю, яка «вибухає» всередині; わた – це вата, а パチ – скорочення від パチパチ/пачі-пачі – тріск, звуки іскор (тобто передача «вибуху» карамелі у роті);

– 東京さくさくチーズケーキ /то:кьо: саку-саку чі:зукі:кі – реклама європейських десертів; さくさく/саку-саку – звук відкушування чогось, що має приємну хрустку структуру (тобто さくさく/саку-саку передає звук тонкого печива, яке тане в роті).

Висновки. Поняття «ономатопея» представлено в багатьох мовах світу, але саме в японській досліджується особливо уважно через досить значну кількість цих одиниць і широкі поле їх застосування. Їтайго є однією з трьох груп японської ономатопеїчної лексики, за якою в японському мовознавстві закріпився термін オノマトペ/ономатопе. Їтайго, або міметична лексика, являють собою слова, які образно або символічно описують фізичні чи емоційні стани, явища, ситуації тощо. Їх особливістю є те, що вони не мають звукового аналога. Для носіїв західної культури слова їтайго постають особливо складними для розуміння за відсутності аналогічної лексики в рідній мові. Студенти, які вивчають японську мову, але не отримують необхідних відомостей про використання й функціонування звукозображальної лексики, позбавляються основного інструменту експресивної комунікації.

Література:

1. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.
2. Гуревич Р.С. Інформаційно-телекомунікаційні технології в навчальному процесі професійних навчальних закладів: досвід, проблеми, перспективи. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми* : збірник наукових праць / Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Випуск 16. С. 56–63. URL: <http://library.vspu.net/jspui/bitstream/123456789/62/1/002.pdf>.
3. Ещеркин А.С., Кириллов А.Г. Языковые особенности японской ономатопеической лексики. *Вестник международного института рынка*. 2016. № 2. С. 110–115.
4. Кобелянська. Мовні і концептуальні картини світу. 2013. Вип. 45. С. 49–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_45_10.
5. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва, В.І. Теремка. Київ : ВЦ «Академія», 2007.
6. Румак Н.Г., Зотова О.П. Толковый японско-русский словарь ономатопеических слов. Москва : МОНОГАТАРИ, 2012. 496 с.

7. Санада Кунико. Слова, передающие чувства и впечатления. *Ниппония*. 1999. № 7.
8. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К., 2006. 279 с.
9. Сусов И.П. История языкознания : учебное пособие для студентов старших курсов и аспирантов. Тверь : Тверской гос. ун-т, 1999. URL: lib.ru/TEXTBOOKS/yazykoznanie.txt.
10. Тамори, Икухиро. Исследование японской ономатопеи. Кобэ : Изд-во ун-та Кобэ Сёка Дайгаку, 1991.
11. Уемура С. Курс лекцій з історії японської мови. Київ : КНУ імені Т. Шевченка. URL: <http://www.philology.kiev.ua/php/26/bibl.html>.
12. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд. Москва : Большая российская энциклопедия, 1998.
13. Hasada Rie. The semantic aspects of onomatopoeia : focusing on Japanese psychomimes. 1994. URL: https://openresearch-repository.anu.edu.au/bitstream/1885/132958/4/b18941692_Hasada_Rie.pdf.

Shapoval O. Japanese mimetics

Summary. The article is devoted to the study of Japanese mimetics. This topic attracts the attention of many researchers for various reasons. First, according to various estimates, the number of onomatopoeic tokens in the Japanese language reaches more than a thousand units, which significantly distinguishes this layer of vocabulary from other languages. Secondly, those categories which are transferred by means of phrases or the description in other languages, are expressed in Japanese by onomatopoeic words that have certain meanings fixed by them. Third, it is a rich material that illustrates the diversity of the means of the Japanese language in general and allows a deeper understanding of Japanese culture.

Traditionally, the Japanese language school distinguishes three classes of onomatopoeias: giongo (analog of the term “sound imitation” in the narrow sense), giseigo (often translated as “sound imitation”, but a narrower term than giongo) and gitaigo (analog of the term “sound symbolism”), also called “image-imitating” and “sound” words). In addition, there are such classes as gijo:go, kankakugo, kanjo:go, giyo:go.

The article is devoted to mimetic vocabulary, which usually includes “gitaigo”. Unlike the other two traditional classes, this vocabulary has no sound analogue, which creates problems in teaching these units to applicants of higher education and translating them into Ukrainian (for example, when a person “smiles meaningfully”, one says “にやにや”(niya-niya); when an elderly or tired person “walks swaying” – “ふらふら歩く”(“fura-fura aruku”). However, this is the subject of other research.

The article provides definitions of “onomatopoeia”, “onomatopoeic units”, “mimetics”, “gitaigo”. The article focuses on the differences in the interpretation of the term “onomatopoeia” in European and Japanese linguistics; various approaches of Japanese linguists to the classification of onomatopoeic vocabulary are analyzed and generalized; the main features of mimetic vocabulary “gitaigo” are indicated.

Key words: onomatopoeics, sound imitation, sound symbolism, mimetics, gitaigo.

*Шерстюк О. І.,**кандидат технічних наук,**старший викладач кафедри філології**Одеського національного морського університету*

ПОХОДЖЕННЯ МОРСЬКИХ ТЕРМІНІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Анотація. У роботі досліджено питання особливостей морської термінології англійської мови, похідних з складних термінів, що номінують назви плавальних засобів. Це питання є актуальним, оскільки знання морської термінології є обов'язковим складником для будь-якого спеціаліста в цій сфері. Англійська мова, у свою чергу, є основним засобом спілкування учасників мовного процесу, які представляють багатонаціональну багатомовну аудиторію, що складається з представників різних культур, як на судні, так і на березі. Можна стверджувати, що спілкування англійською мовою в портах, доках, на фарватерах, у протоках і міжнародних морських шляхах здійснюється між учасниками комунікації, які не є носіями мови. Отже, англійська мова є не що інше, як «лінгва-франка» морського співтовариства. Морський флот є основою могутності й добробуту країни, а професійні якості моряків цінуються дуже високо. Тому на особливу увагу заслуговує етимологія лексики суднобудування і мореплавства, або морських термінів.

У статті описано генезис в англійській мові морських термінів, їх використання в літературі. Термінології основних європейських мов розвиваються в тісному контакті, тому особливого значення набуває порівняльне вивчення термінологічних процесів. Саме тому виявлено специфічні риси відповідних лексичних систем, а крім того, кореляції серед концептуальної моделі носіїв англійської мови в рамках досліджуваної сфери знань. Розглянуто походження морських термінів в англійській мові. Проведено аналіз слів морської тематики, вивчено їх етимологію й семантику, об'єднано за мовами, з яких вони походять, і за способами словотворення. У результаті дослідження проведено систематизацію морської лексики, яка представляє слова англосаксонського походження й запозичення з індоевропейських мов. Морські терміни об'єднані за мовами відповідно до їх походження і смислового значення з урахуванням таких характерних способів словотворення морських термінів в англійській мові, як афіксація і словоскладання.

Ключові слова: морський термін, етимологія, запозичення, англосаксонська мова, французька мова, латинська мова, складне слово, словосполучення.

Постановка проблеми. Оскільки Великобританія є острівною державою, реалії, пов'язані з морем, завжди мали для неї першорядне значення. Економічний розвиток, міць і процвітання країни століттями залежали від успішного розвитку флоту, підкорення нових земель, транспортування вантажів морем. Судноплавство й навігація завжди займали переважне місце в житті англійського народу. Відомо, що розвиток будь-якої сфери неодмінно супроводжується розвитком відповідної галузі мови. Морський флот був основою могутності й добробуту країни. Моряки користувалися особливою повагою в суспільстві, їхні професійні якості цінувалися дуже високо.

Тому аналіз морської термінології дає змогу отримати відомості про подання картини світу носіями англійської мови. З найранніших етапів у складі морської терміносистеми запозичені слова міцно посіли в ній своє місце. Морські терміни, як і всі інші терміни, пов'язані з певними галузями знань, – це слова і словосполучення спеціальної мови, що вживаються для позначення логічно точно сформульованих понять цієї галузі знань.

Отже, виникає необхідність вивчення походження морських термінів в англійській мові та систематизації їх за мовами з урахуванням значення й деяких способів словотворення, що сприяють появі нових термінів такого типу в англійській мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основу дослідження покладено вчення про термін В.М. Лейчика, С.Д. Шелова. Матеріалом дослідження стала англійська термінологія, пов'язана з морською справою. Для проведення етимологічного аналізу англійських морських термінів були виписані методом суцільної вибірки монолексемні одиниці з частотного словника морських термінів [1]. Загальна кількість термінів становила 993 одиниці. Проведений етимологічний аналіз англійських монолексемних одиниць. Виділення типів термінів при обліку їх етимологічних характеристик проводилося на базі лексикографічних джерел, найдоступнішими з яких є словники [1–5]. Аналіз досліджуваного матеріалу показав, що при всій етимологічній неоднорідності англосаксонської морської термінології виділяються два основні типи термінів: споконвічні й запозичені з різних мов.

Метою статті є дослідження походження слів морської тематики в англійській мові, визначення їх смислового значення, розподіл за мовами, з яких вони запозичені, і за способами словотворення.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- 1) розглянути слова, що належать до морської тематики, в англійській мові, визначаючи їх етимологію і семантику;
- 2) виділити морські терміни англосаксонського походження;
- 3) розподілити запозичені морські терміни за мовами, з яких вони походять;
- 4) провести систематизацію слів, що належать до морської тематики, урахувавши найбільш продуктивні способи словотворення.

Виклад основного матеріалу. Термін – це «слово або словосполучення, яке точно позначає поняття і його співвідношення з іншими поняттями в межах спеціальної сфери» [6, с. 24]. Значна частина морських термінів в англійській (англ.) мові – англосаксонського походження. Англосаксонська (англосакс.) мова, яку називають також давньоанглійською, почала розвиватися із середини V століття, коли Британія зазнала

захоплення німецьких племен. Це були передусім слова, що мають відношення до моря, до оснащення корабля, до управління судном і його технічних можливостей. Наприклад, *board* (дошка, борт судна) – від англосакс. *bord* (борт судна), *helm* (кермо, рульове колесо судна) – від англосакс. *helma* (рукоятка, рульовий важіль), *hull* (каркас, корпус судна) – від англосакс. *heolstor* (покриття), *load* (ноша, партія вантажу на судно) – від англосакс. *hlæd* (вантаж), *speed* (швидкість ходу корабля) – від англосакс. *spéd* (квапливість, гонка), *starboard* (правий борт судна) – від англосакс. *steorbord* (штирбор, борт судна, ближче до якого стоїть рульовий) [1; 2].

Деякі морські терміни англосаксонського походження мають відповідності в низці інших германських мов, як показано нижче в таблиці 1.

Як видно з прикладів, наведених у таблиці 1, слова, що належать до морської тематики, мали відповідності не в усіх германських мовах. Хоча ці слова мали орфографічні відмінності, їх семантичне значення залишилося колишнім.

Велика частина морських термінів запозичена з інших мов, так як у період з VI по XV століття англійська мова відчувала на собі значний вплив інших мов, про що згадувалося в письмових історичних джерелах того часу. Філолог-германіст професор Б.А. Ільш писав: «Найдавніші, що дійшли до нас, пам'ятки відносяться до кінця VII століття» [7, с. 57]. Найбільша кількість слів, до яких увійшли й морські терміни, на думку професора лінгвістики Н.Н. Амосової, запозичена з латинської, французької та давньоскандинавської мов [8, с. 34].

Перші слова з латинської (лат.) мови з'явилися в Британії в I столітті н.е. в період римського завоювання. Вони позначали предмети й поняття, яких раніше в бриттів не було. Ці слова були прийняті в усній формі й повністю асимілювалися в мові жителів острова, адаптувалися до системи приймаючої мови у вимові, граматиці й орфографії [9, с. 51]. Так, слово *castle*, що означає «замок, форт», утворилося від англосаксонського слова *castel*, що означало «замок, фортеця», яке, у свою чергу, походить від латинського слова *castellum* – укріплене місце. Це слово зазнало змін у кількості голосних і приголосних букв, а також у вимові при частковому збереженні його семантичного значення.

Багато морських термінів, що мають латинське походження, прийшли в англійську мову через французьку (фр.) мову, яка з IX до XIV століття була давньофранцузькою (ст.-фр.). Початком цього послугувало захоплення Англії норманами в XI столітті. Французька мова півночі Франції стала офіційною мовою в країні. У цей період англосаксонська мова розвинулася в середньоанглійську (ср-англ.), на яку мала великий вплив французька мова [10, с. 386]. У побут увійшли такі військові й морські терміни: *assault* (атака, висадка десанту з боєм) – від ст.-фр. *assalt*

(напад) – від лат. *saltus* (стрибок, зміна); *battle* (бій) – від середньовічної англ. *bataille* (битва) – від ст.-фр. *bataille* (баталія, бій); *cadet* (молодший син, курсант морського училища) – від фр. *cadet* (молодший син, молодий дворянин) – від лат. *capitellum* (букв. маленька голова); *flotsam* (плаваючий вантаж або уламки судна після корабельної аварії) – від ст.-фр. *flotson* (плавати) – від лат. *fluctus* (хвиля, коливання); *navigation* (навігація, судноводіння) – від фр. *navigation* (плавання, кораблеводіння) – від лат. *navigare* (приводити в рух, управляти); *navy* (військово-морський флот) – від середньовічних англ. *navie* – від ст.-фр. *navie* (окремий корабель) – від лат. *navia* (судно); *vessel* (судно) – від середньовічної англ. *vessel* – від ст.-фр. *vaisel* (судно, корабель) – від лат. *uascellum* (посудина) [4; 5].

Через латину в словниковий склад англійської мови ввійшли також і деякі грецькі (грец.) морські терміни. Наприклад, *anchor* (якір) – від середньовічних англ. *anker* – від англосакс. *ancor* – від лат. *ancora* (якір) – від грец. *ἄγκυρα* (якір, букв. вигнутий гак); *catapult* (катапулт установка, механізм катапультивання) – від лат. *catapulta* (пристрій для метання каменів) – від грец. *καταπέλτης* (приспособлення для кидання каменів) – від грец. *κατά* (униз), *πάλλειν* (розгойдувати, кидати з силою); *chart* (морська карта) – від лат. *charta* – від грец. *χάρτη* (папір); *pier* (хвилелом, стовп, причал, пірс) – від середньовічної англ. *pere* – від ст.-фр. *piere* (камінь) – від лат. *petra* (камінь) – від грец. *πέτρα* (скеля) [3].

Давньоскандинавською (др.-сканд.) мовою говорили народи, що жили на території сучасних країн: Данії, Швеції, Норвегії та Ісландії. Давньоскандинавська мова розвинулася в сучасні скандинавські мови – датську, шведську, норвезьку (норв.), ісландську – до кінця XIV століття. Скандинавські (сканд.) запозичення можна пояснити набігами вікінгів, що почалися в VIII столітті, і періодом датського завоювання Англії в X–XI століттях [9, с. 156]. До цих запозичень належать терміни, що стосуються будови корабля й судноплавства, природних явищ, із якими доводилося стикатися морякам. Наприклад, *bow* (носова частина корабля) – від середньоанглійської (ср-англ.) *bough* (рука) – від ісл. *bógr* (букв. «плече» корабля); *flag* (прапор, стяг) – від ісл. *flögra* (трепет, хвилювання); *fog* (туман, імла) – від англосакс. *fuht* (густий туман) – від датськ. *fog* (засліплювати випадання снігу); *gale* (штормовий вітер) – від датськ. *gal* (лютий, шалений); *harbour* (гавань, укриття місце для розташування військ) – від середньовіч. англ. *herberwe* (притулок) – від др.-сканд. *herbergi* (притулок для війська); *stern* (корми судна) – від ісл. *stiörn* (рульове колесо, задня частина судна) [1; 4].

Перераховані морські терміни мають відповідності в низці інших скандинавських мов (див. таблицю 2).

Таблиця 1

Орфографічні зміни слів у деяких германських мовах

Англ.	Англосакс.	Відповідність в інших мовах							Значення слова
		фризськ.	голл.	ісл.	датськ.	швед.	нім.	готськ.	
hold	hol	-	hol	-	hul	håll	-	us-hullon	вантажний відсік, трюм
mast	maest	-	mast	-	mast	mast	mast	-	щогла
rudder	róðer	-	roer	-	ror	roder	rudder	-	судове кермо
sail	segel	-	zein	segl	seil	segel	segel	-	вітрило
sea	saé	sē	zee	saer	sö	sjö	see	saiws	море
ship	scip	-	schif	skip	skib	skepp	schiff	skip	корабель, судно
water	waeter	-	water	vatn	vand	vatten	wasser	wato	вода

Таблиця 2

Орфографічні зміни слів у скандинавських мовах

Англ.	Відповідності в інших мовах			
	ісл.	датськ.	швед.	норв.
bow	bógr	bou	bog	-
flag	flógra	flag	flagg	-
fog	fok	fog	-	-
gale	-	gal	-	storm
harbour	herbergi	-	haerberge	-
stern	stiörn	-	stursk	-

З таблиці 2 видно, що слова, запозичені з одної зі скандинавських мов, хоча й не однакові в орфографії, мають відповідники в інших скандинавських мовах, що підтверджує походження ісландської, датської, шведської й норвезької мов від їх загального предка – давньоскандинавської мови.

З XIV–XVI ст. епохи Середньовіччя Англія почала розвивати торговельні зв'язки з Нідерландами й запрошувати на роботу майстрів, ремісників, кораблебудівників [10, с. 383], тому вжиток увійшли такі запозичення з голландської мови, пов'язані з морем і судноплаванням: *buoy* (буй, поплавець) – від гол. *boei* (буй); *bowsprit* (бушприт, брус, який виступає вперед із носа корабля) – від гол. *boegspriet* (бушприт); *caboose* (камбуз, кухня на судні) – від гол. *kombuis* (каюта кухаря); *cruise* (плавати по певному маршруту) – від гол. *kruisen* (крейсерувати); *deck* (палуба (корабля), посадочний майданчик) – від гол. *dek* (покриття); *dock* (док, басейн для стоянки судів) – від гол. *dokke* (док, бухта); *marline* (Марлін, мотузка з просмоленої пеньки) – від гол. *marlijn* (Марлін); *orlop* (нижня палуба, кубрик) – від гол. *overloop* (верхня палуба); *reef* (риф, мілина, пристосування на вітрилі) – від гол. *reef* (риф, отвір у вітрилі для каната); *sloop* (шлюп, сторожове судно) – від гол. *sloep* (шлюп); *yacht* (яхта) – від гол. *jacht* (погоня, швидкий човен) [3].

До морських термінів, запозичених з інших мов, можна зарахувати слова іспанського походження, які почали з'являтися в англійській мові з XVI століття. Відкриття Америки, морського шляху до Індії, економічне й політичне співробітництво Англії з Іспанією, а також війна між цими країнами, що почалася в 1585 році, стали причиною появи низки іспанських (ісп.) слів в англійській мові [9, с. 168]. Наприклад, *armada* (армада, військовий флот) – від ісп. *armada* (забезпечений озброєнням флот) – від лат. *armare* (озброюватися); *cargo* (вантаж корабля) – від ісп. *carga* (вантаж) – від лат. *carricare* (навантажувати); *embargo* (ембарго, накладення арешту на вантаж) – від ісп. *embargar* (затримувати); *hurricane* (ураган, тропічний циклон) – від ісп. *huracan* (ураган) – від карибського *huracan* (вихор, смерч); *galleon* (галеон, озброєний вітрильний корабель) – від ісп. *galleon* (галеон) – від лат. *galea* (галера, багатовесельне військове судно); *tornado* (ураган, сильний шквал) – від ісп. *tornada* (вихор, шквал) – від лат. *tornare* (обертатися) [5].

Збагачення словника морських термінів англійської мови відбувалося й шляхом словотворення – утворення «слів, що названі похідними і складними, зазвичай на базі однокорених слів за наявними в мові зразками та моделями за допомогою афіксації, словоскладання й інших формальних засобів» [9, с. 162].

Так, багато морських термінів, що пов'язані з кораблебудуванням і означають дію, процес або результат дії, виникли шля-

хом приєднання суфікса *-ing* до основи дієслова. Наприклад: *girding* (постановка на носовий і кормовий якорі) – від *gird* (ставити на носовий і кормовий якорі) – від середньовіч. англ. *girden* – від англосакс. *gyrdan* (оточувати, затягувати); *knotting* (зав'язування вузлів) – від *knot* (зав'язувати вузол, закріплювати вузлом) – від середньовічних англ. *knotte* – від англосакс. *cnotta* (вузол); *mooring* (пришвартування) – від *moor* (швартуватися) – від гол. *marren* (пов'язувати, ставити судно до причалу, пришвартувати); *rigging* (такелаж, оснащення, вітрильне озброєння) – від *rig* (оснащувати, постачати (судно)) – від норв. *rigga* (пов'язувати, намотувати); *rolling* (бортова хитавиця) – від *roll* (обертати, відчувати бортову качку) – від середньовіч. англ. *rollen* – від ст.-фр. *roler* (вертити) – від лат. *rotulare* (котити, качати); *sheering* (різке відхилення від курсу) – від *sheer* (відхилитися від курсу) – від гол. *scheren* (відсувати, відводити) [2].

Особливу групу запозичень із різних мов становлять терміни, які означають морські професії й посади. До них належать такі слова: *boatswain* (боцман) – від англосакс. *bát* (човен) і *swán* (юнак, юнак); *captain* (капітан, командир військового корабля) – від середньовічних англ. *capitain* (капітан) – від ст.-фр. *capitain* – отлат. *capitaneus* (ватажок солдатів); *commodore* (командувач з'єднанням кораблів) – від гол. *kommandeur* (командир); *cook* (кок, кухар) – від англосакс. *cóc* (кухар) – від лат. *coquus* (кухар); *mate* (помічник капітана, штурман) – від гол. *maat* (компаньйон); *pilot* (лоцман, досвідчений провідник) – від фр. *pilote* (лоцман) – від ст.-фр. *piloter* (вимірювати глибину) – від гол. *peiloot* (ручний лот (прилад для вимірювання глибин з борта судна)); *skipper* (шкіпер, капітан торгового судна) – від гол. *schipper* (шкіпер, досвідчений моряк); *stevedore* (портовий вантажник, стивідор) – від ісп. *estivador* (той, хто упакує шерсть, укладає вантаж) – від ісп. *estivar* (упаковувати шерсть, укладати вантаж) – від лат. *stipare* (нашарувати, спресувати) [3; 4].

Низка слів, що позначають рід занять, діяльність, утворена від іменників за допомогою суфікса *-er (-or)* і півсуфікса *-man*.

Шляхом приєднання агентивного суфікса *-er* до іменника утворюється інший іменник, що позначає виконавця дії: *engineer* (механік) – від англ. *engine* (мотор, двигун) – від ст.-фр. *engine* (пристосування) – від лат. *ingenium* (винахід, пристрій); *mariner* (моряк, матрос, мореплавець) – від фр. *marin* (моряк, матрос) – від лат. *marinus* (морський).

За допомогою півсуфікса *-man* від основи іменника утворюється іменник, який указує на належність до певного роду занять: *crewman* (член команди корабля) – від англ. *crew* (суднова команда, екіпаж), раніше *crue*, скорочене від *accrue* (силове підкріплення) – від ст.-фр. *accrue* (збільшення, зростання) – від лат. *accrescere* (збільшити, посилити); *seaman* (матрос, моряк) – від англ. *sea* (море) – від англосакс. *saé* (море); *steersman* (рульової) – від англ. *steer* (рульовий механізм, вести судно) – від середньовічних англ. *steren* (керувати кораблем) – від англосакс. *steóran* (керувати судном); *wheelman* (рульовий, штурвальний) – від англ. *wheel* (колесо, рульове колесо, штурвал) – від англосакс. *hweowol* (колесо, рульове колесо).

До морських термінів належать також складні слова, утворені з двох, рідше трьох основ слів одної мови або з різних мов. Розглянемо приклади складних слів, у яких обидві основи мають англосаксонське походження: *drawbridge* (розвідний міст, підйомний міст) складається з англ. *draw* (пересувати, тяг-

нути) – від англосакс. *dragan* (тягнути, протягати) й англ. *bridge* (міст, перемикач) – від англо- сакс. *brycg* (опора, міст); *lifeboat* (рятувальна шлюпка) складається з англ. *life* (життя) – від англосакс. *lif* (життя) і англ. *boat* (човен, шлюпка) – від англосакс. *bāt* (човен); *sandbank* (піщана мілина, мілина) складається з англ. *sand* (пісок, мілина) від англосакс. *sand* (пісок) і англ. *bank* (вал, насип, берег) – від англосакс. *banc* (насип, пагорб); *warship* (військовий корабель, бойовий корабель основного класу) складається з англ. *war* (війна, бойові дії) – від англосакс. *werre* (війна) й англ. *ship* (корабель, судно) – від англосакс. *scip* (корабель); *waterway* (судноплавний шлях, фарватер) складається з англ. *water* (вода, водний простір) – від англосакс. *waeter* (вода) й англ. *way* (маршрут, курс) – від англосакс. *weg* (шлях) [3].

Прикладами складних слів, у яких одна з двох основ має англосаксонське походження, а друга стала з інших мов, можуть бути такі слова: *battlefield* (поле бою, район бойових дій) складається з англ. *battle* (бій, битва) – від ст.-фр. *bataille* (битва, битва) – від лат. *batere* (бити, битися) й англ. *field* (поле, ділянку) – від англосакс. *feld* (поле); *bulkhead* (перебирання на судні) складається з англ. *bulk* (корпус) – від ісл. *bálkr* (розділова перегородка) й англ. *head* (верхній брус, перекидина) – від англо- сакс. *heafod* (голова, головний); *flagstaff* (флагшток) складається з англ. *flag* (прапор, стяг) – від ісл. *flöggra* (трепет, хвилювання) й англ. *staff* (древко, жезл) – від англосакс. *staef* (стовп, стійка); *forecast* (прогноз (погоди)) складається з англ. *fore* (передній) – від англосакс. *fore* (перед) та англ. *cast* (кидання, опускання в воду (лота, баро метра)) – від ісл. *kasta* (кидати) [4].

Наприклад: *berthing place* (місце висадки, причал) складається з англ. *berthing* (місце стоянки судна) – від англ. *berth* (ліжко, якірна стоянка, причал) – від англ. *bear* (нести, переносити) – від англосакс. *beran* (нести, виносити) й англ. *place* (місце, місце розташування) – від фр. *place* – від лат. *platea* (внутрішній двір) – від грец. *πλατεία* (широкий шлях); *storm warning* (штормове попередження) складається з англ. *storm* (бура, шторм) – від англосакс. *storm* (бура, гроза) й англ. *warning* (попередження, застереження) – від англосакс. *wearnian* (застережати); *watch officer* (вахтовий командир) складається з англ. *watch* (спостереження, чергування, вахта) – від середньовічних англ. *wacche* (варта) – від англосакс. *waecce* (страж) та англ. *officer* (офіцер, капітан) – від фр. *office* (служба, посада) – від лат. *officium* (служба) [5].

Морські терміни продовжують поповнювати словниковий склад англійської мови. Запозичені раніше слова за допомогою словотворення придбали нові значення в сучасній мові. До них можна зарахувати:

– слова, утворені на основі однокореневих слів за допомогою суфікса *-er*, що позначає бойову техніку або пристосування: *destroyer* (ескадрений міноносець) – від англ. *destroy* (руйнувати) – від середньовіч. англ. *destroien* (ламати) – від ст.-фр. *destruire* (знищувати) – від лат. *de-struere* (ламати, зносити); *propeller* (двигун, гребний гвинт) – від англ. *propel* (приводити в рух) – від лат. *propellere* (рухатися вперед) [4];

– складні слова, утворені з двох основ слів з різних мов, до складу яких уходить суфікс *-er*, позначає машину або прилад: *minesweeper* (мінний тральщик) має в складі *sweeper* (тральщик, міношукач) – від англ. *sweep* (тралити, підмітати) – від середньовіч. англ. *swepen* (місти) – від англосакс. *swāpan* (місти) [5];

– словосполучення, що складаються з двох слів, що позначають одне поняття: *aircraft carrier* (авіаносець, авіаносний корабель) складається з *aircraft* (повітряний літальний апарат, літак), у якому англ. *air* (віз дух) – від середньовічних англ. *eir* – від фр. *air* – від лат. *aēr* – від грец. *ἀήρ* (повітря), а англ. *craft* (плавучий засіб, апарат) – від англосакс. *craft* (сила) і *carrier* (транспортне судно) – від фр. *carrière* (шлях, професія) – від ст.-фр. *carier* (нести, провозити) [2].

Одне зі слів у словосполученнях може бути третьою формою дієслова, тобто дієприкметником минулого часу, і мати закінчення *-ed*: *guided missile* (керована ракета) складається з *guided* (керований) – від англ. *guide* (керувати, проводити) – від середньовіч. англ. *gyden* (провести, направити) – від ст.-фр. *guider* (вести) і *missile* (реактивний снаряд, ракета) – від лат. *missiles* (метальний) – від лат. *mittere* (кидати); *nuclear powered* (із ядерною енергетичною установкою) складається з *nuclear* (ядерний, атомний) – від лат. *nucleus* (ядро) і *powered* (уведений у дію або рух) – від середньовіч. англ. *pōer* – від ст.-фр. *poër* – від фр. *pouvoir* (сила, міць).

Висновки. Отже, розглянувши походження морських термінів в англійській мові, вивчивши їх семантичне значення й деякі способи словотворення, можна зробити висновок, що, хоча значна кількість слів, що належать до морської тематики, має англосаксонське походження, їх більша частина запозичена з інших індоевропейських мов: латинської, французької, грецької, голландської, іспанської, а також із давньоскандинавських мов. Достатня кількість морських термінів в англійській мові дає можливість провести їх систематизацію, виявивши при цьому афіксацію і словоскладання як найбільш продуктивні способи утворення слів морської тематики. Варто також виділити словосполучення як з'єднання слів, що виникли в результаті словотвірного процесу. Способи словотворення продовжують впливати на морські терміни, споконвічно англійські або запозичені, надаючи їм нові значення, розширюючи тим самим словниковий запас англійської мови.

Література:

- Palmer J. Jane's Dictionary of Naval Terms. L. : Macdonald and Jane's, 2010. 342 p.
- Online Etymological Dictionary. URL: <http://www.etymonline.com>.
- Cutler D., Cutler T. Dictionary of Naval Terms. Annapolis : Naval Institute Press, 2005. 272 p.
- Skeat W.W. The Concise Dictionary of English Etymology. Wordsworth Editions, Ltd., 1994. 633 p.
- Никулина Е.А. Англо-русский словарь терминологизмов. Москва : Прометей, 2005. 72 с.
- Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. 3-е изд. Москва : Изд-во ЛКИ, 2007. 256 с.
- Ильиш Б.А. Современный английский язык: Теоретический курс : учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Изд-во лит. на иностр. яз., 2012. 347 с.
- Амосова Н.Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка. Москва : Издательство литературы на иностранных языках, 2010. 218 с.
- Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.
- Івашенко В.Л. Лінгвоконцептологія і термінознавство (аналітичний огляд). *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць : у 2 ч. Київ : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2009. Вип. 26. Ч. 1. С. 382–388.

Sherstiuk O. The origin of maritime terms in the English language

Summary. This paper investigates the peculiarities of the maritime terminology of the English language, derivatives and complex terms, the nominative names of vessels. This question is relevant because knowledge of maritime terminology is a must for any specialist in this field. English, in turn, is the main means of communication for participants in the language process, representing a multinational multilingual audience consisting of representatives of different cultures, both on board and on shore. It can be argued that communication in English in ports, docks, fairways, straits and international sea routes is carried out between non-native speakers. Thus, English is nothing more than the “lingua franca” of the maritime community. The navy is the basis of power and prosperity of the country, and the professional qualities of sailors are highly valued. Therefore, the etymology of the vocabulary of shipbuilding and navigation, or maritime terms, deserves special attention.

The article describes the genesis of maritime terms in the English language and their use in literature. The ter-

minology of the main European languages is developing in close contact, so the comparative study of terminological processes becomes especially important. That is why the specific features of the corresponding lexical systems, as well as correlations among the conceptual model of native English speakers within the studied field of knowledge. The origin of maritime terms in English is considered. The analysis of sea subject words is carried out, their etymology and semantics are studied, they are united on languages from which they originate, and on ways of word formation. The study systematized maritime vocabulary, which represents words of Anglo-Saxon origin and borrowing from Indo-European languages. Marine terms are grouped by language according to their origin and semantic meaning, taking into account such characteristic ways of word formation of maritime terms in the English language as affixation and word formation.

Key words: maritime term, etymology, loanword, Anglo-Saxon language, French, Latin, compound word, phrase.

Шипович М. В.,

*викладач української мови та літератури
ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж
Мукачівського державного університету»*

Ігнатоля А. А.,

*викладач української мови та літератури
ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж
Мукачівського державного університету»*

Данченко О. Б.,

*викладач української мови та літератури
ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж
Мукачівського державного університету»*

СЕМАНТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВІДМІНКІВ ІМЕННИКА В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Анотація. У статті розглянуто проблеми і труднощі, які виникають при визначенні відмінків іменників на етапі поглиблення, узагальнення та систематизації знань з української мови. Іменник є однією з найбільш досліджених частин мови. Проте, незважаючи на таку тривалу історію дослідження іменників, і досі постає питання, на які мовознавча наука ще не дала повністю остаточної відповіді. До них, зокрема, належить і проблематика такого поняття, як відмінок іменників, оскільки й нині це викликає неабиякі труднощі при правильному їх визначенні в реченні.

На сучасному етапі розвитку мовознавства виникає значний науковий інтерес до проблем семантики й синтаксису, у сфері яких відображено найзагальніші, універсальні закономірності мови.

Важливість дослідження семантичних функцій відмінків пояснюється ще й тим, що категорійна семантика, ґрунтуючись на лексичній семантиці слів, визначена параметрами синтаксичної організації мови і мовлення.

Вирішення цієї проблеми має велике теоретичне значення, оскільки поряд із родом і числом відмінків є однією з головних категорій іменника.

Серед категорій відмінка, роду й числа іменника значна роль належить категорії відмінка, його семантичним функціям.

Більшість іменників при поєднанні в реченні з іншими словами змінюють форму й цим виражають своє смислове відношення до певного слова. Для вираження своїх синтаксичних відношень з іншими словами в реченні іменники мають систему відмінкових форм.

У статті обґрунтовано особливості утворення та визначення відмінків іменників, семантичні функції кожного з них – називного, родового, давального, знахідного, орудного, місцевого та кличного.

Розглянуто труднощі засвоєння категорії відмінка в процесі вивчення української мови. Визначено місце кожного із семи відмінків у відмінковій системі, його функції, особливості творення та специфіку вживання.

Великі труднощі виникають при визначенні знахідного та кличного («кличної форми») відмінків в іменниках. Тому саме на їх визначення в реченнях у статті звернено особливу увагу.

Отже, в українській мові правильне визначення відмінків іменників зазвичай вдається досить важко багатьом.

Розглянуто ті правила вживання цієї граматичної категорії, які необхідно знати, щоб мати змогу зорієнтуватися в правильному їх визначенні в реченнях.

Ключові слова: іменник, граматична категорія, число, відмінок, семантика, семантичні функції, закінчення, синтаксична одиниця, головні та другорядні члени речення.

Постановка проблеми. Іменник є однією з тих частин мови, яка є найбільш дослідженою серед науковців-філологів. І це не дивно, оскільки ще з давніх-давен почали виділяти два класи слів – ім'я та дієслово. Саме основу цього першого класу становлять іменники, бо інші частини мови сформувалися значно пізніше, а деякі, як-от прикметники, числівники, узагалі вже розвинулися саме з іменників.

Та, незважаючи на таку досить тривалу історію дослідження іменників, і досі постає питання про семантичну функцію відмінків іменника, на які мовознавча наука ще не дала повністю чіткої та остаточної відповіді.

На сучасному етапі розвитку мовознавства виникає значний науковий інтерес до проблем семантики й синтаксису, у сфері яких відображено найзагальніші, універсальні закономірності мови.

Важливість дослідження семантичних функцій відмінків пояснюється ще й тим, що категорійна семантика, ґрунтуючись на лексичній семантиці слів, визначена параметрами синтаксичної організації мови і мовлення.

Вирішення цієї проблеми має велике теоретичне значення, оскільки поряд із родом і числом відмінків є однією з головних категорій іменника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення граматичної категорії відмінків іменника та їх семантичної функції в останній час дедалі більше привертає увагу науковців і мовознавців-дослідників. Теоретичне обґрунтування підходів до вивчення відмінкової системи представлено в працях О. Потебні, О. Мельничука, Г. Золотової, Д. Станішевої, К. Ходової, Є. Чешко та ін.

В україністиці до проблеми граматичних категорій дослідники зверталися за традицією у зв'язку з вивченням частин мови. Вітчизняні мовознавці, такі як І. Огієнко, О. Ткаченко, П. Житецький, О. Потебня, М. Жовтобрюх, С. Ярмоленко, Н. Клименко, Г. Удовиченко та багато інших, також детально розглядали це питання у виданнях і збірниках.

Мета статті – розглянути проблеми і труднощі, які виникають при визначенні відмінків іменників на етапі поглиблення, узагальнення та систематизації знань з української мови.

Виклад основного матеріалу. Серед категорій відмінка, роду й числа іменника значна роль належить категорії відмінка, його семантичним функціям.

Більшість іменників при поєднанні в реченні з іншими словами змінюють форму й саме цим виражають своє смислове відношення до певного слова: *Для нашого Федота не страшна робота. Без охоти немає роботи. Роботі як не сядеш на шию, то вона тобі сяде. По роботі пізнати майстра. Хто в роботі (живе), той і в турботі (Н. тв.)*. Різні відношення іменника до інших слів виявляються в реченні, словосполученні, тобто в синтаксичних одиницях, саме через це й називаються синтаксичними. У мовленні вони існують як відношення предмета до дії, стану (*читати книжку, прочитати в журналі; написати ручкою, мріяти про зустріч*), предмета до ознаки (*багатий думками, вдячний батькам*), предмета до іншого предмета (*книжка Марини, куц калини*).

Для вираження різних відношень іменники змінюючи свою форму, тим самим змінюють і свої закінчення. Форми іменника, які виражають його синтаксичні відношення до інших слів, називаються *відмінками*. А система відмінкових форм іменника утворює граматичну *категорію відмінка*. В іменниках вона є морфологічною, самостійною категорією.

Відмінкова форма іменника містить указівку на число та рід: *росте трава* (називний відмінок, одна, жіночий рід), *кошу траву* (знахідний відмінок, одна, жіночий рід), *зеленіли трави* (називний відмінок, множина). Лексичне значення іменника зі зміною відмінкової форми не змінюється [4].

Саме тому категорія відмінка є суто граматичною категорією. Нею виражається те чи інше відношення (часове, просторове, об'єктне тощо) іменника до інших слів у словосполученні й реченні.

Для вираження своїх синтаксичних відношень з іншими словами в реченні іменники мають систему відмінкових форм.

В українській мові шість відмінків, кожний із них відповідає на певне питання: *називний* – хто? що?, *родовий* – кого? чого?, *давальний* – кому? чому?, *знахідний* – кого? що?, *орудний* – ким? чим?, *місцевий* – на кому? на чому? Крім цих відмінків, в українській мові вживається ще кличний відмінок або донедавна використовувався термін «*клична форма*».

Кожен із цих відмінків має свої морфологічні засоби вираження, які розглянемо більш детально.

Називний відмінок

Серед семи відмінків української мови базовим є називний відмінок. Основне його значення є власне називанням без вираження будь-якого відношення. За цією основною функцією називний відмінок протиставляється всім іншим відмінкам. Називний відмінок називається *прямим*, решта відмінків – *непрямими*.

Особливе місце називного з-поміж інших відмінків, зумовлене ще й тим, що в системі виражальних засобів предмета,

про який повідомляється, цей відмінок позначає суб'єкт думки, тобто показує на того, хто виконує дію, – особу або предмет, від яких виходить дія (*А понад берегом походить старий Половець... виглядає вітру чи хвилі*) (Ю. Яновський).

Називний відмінок є початковою (вихідною) формою іменника і виступає в реченні в ролі підмета. Периферійне значення називного відмінка як залежної форми виявляється у функції атрибутивній (*завод-мільйонер*) і предикативній (*Слово – це зброя*) як форми, координованої з підметом [5].

Лексична наповненість називного відмінка не має обмежень, тому що практично кожне слово може функціонувати у формі називного й мати певний контекст. У функції називного як суб'єкта дії наповненість поширюється лише на клас істот і метафоризованих понять. Іменники-назви неістот у цій позиції формують додаткові семантичні нашарування основної змістової структури речення (*Дорога круто піднімалася вгору*) (І. Нечуй-Левицький).

Називний відмінок, виконуючи функцію суб'єкта стану, наділений порівняно з називним суб'єкта дії більшими можливостями щодо лексико-семантичного наповнення, іменники, які виступають у формі називного відмінку, крім назв істот, також можуть називати конкретні об'єкти позамовної дійсності (*Між горами старий Дніпро, неначе в молоці дитина, Красується, любується на всю Україну*) (Т. Шевченко).

Також називний відмінок може передавати стан носія в поєднанні з дієсловами на позначення відповідного фізичного, фізіологічного, психічного стану (*Пишається калінонька, явір молодіє*) (Т. Шевченко) [4].

Родовий відмінок

Основне значення родового відмінка об'єктне: а) прямого об'єкта при дієсловах із заперечною часткою *не* (*не помітив іронії, не привітав друга*); б) прямого об'єкта, не визначеного кількісно чи визначеного частково (*купив меду, приніс солі, набери води*); в) при збірних іменниках – комплексивне (*загін добровольців, гурт дівчат*), так само при назвах виміру (*центнер борошна, кілограм цукру*). Родовий відмінок при іменнику може також означати належність, присвійність (*книга брата, музика Лисенка, хата лісника*) або давати іншу атрибутивну характеристику (*світло лампи, вогонь Прометея, звук сирени*). Родовий відмінок іменника в сполученні з числівником, займенником, прикметником виступає з обставинним значенням часу, дати (*другого дня, того року, пожежного ранку*).

У сполученні з прийменником родовий відмінок може виражати різноманітні обставинні значення (*поїхати до Канева, почорніти від давності, насмішити до сліз, терпіти заради друга*), порівняльно-зіставні (*старший від сестри, кращий з кращих*) та інші значення, що нашаровуються на основні значення родового відмінка.

Родовий відмінок також може дублювати функцію знахідного відмінка, *читання книги – читати книгу*, аналогічно *перевезення вантажів, проведення референдуму, проведення виборів, розподіл землі, прибирання приміщення* тощо [5].

Зрідка форми родового передають не значення частковості предмета, а лише його відтінок (*Викресали чумаки вогню і підпалили з берега комши*) (М. Коцюбинський).

В іменниках чоловічого роду в назвах неістот, зокрема конкретних предметів, трапляються омонімія форм родового і знахідного відмінків спричинена появою в знахідному відмінкові флексії родового, при цьому виникає паралелізм форм

знахідного, пор.: *Назад човна погнав один з мадярів (О. Гончар) і Назад човен познав один з українців.*

Дієслова *хотіти, бажати, воліти, жадати, боятися, страхатися, прагнути, домагатися, сторонитися, дочекатися, дотримуватися, торкатися, досягати, потребувати, позбавляти* тощо в поєднанні з формами родового відмінка формують в останнього функцію об'єкта стану, тому спеціалізація родового зумовлена лексико-семантичним змістом дієслова (*Може, хто курятини бажає, то й таке у нас є (Г. Тютюнник); (Просо вітру не боїться, а дощеві кланяється) (прислів'я) [8].*

Давальний відмінок

Значення давального відмінка в українській мові порівняно з іншими відмінками менш об'ємне. У мові з давальним відмінком пов'язане вираження функції адресата. Це значення формується іменником – другорядним членом, який перебуває в постпозиції, рідше препозиції, щодо дієслова-присудка. Давальний відмінок виражає особу або предмет, для яких чи на користь яких відбувається дія (*віддав квіти матері, оголосили наказ студентам, перерахують кошти дитсадку*).

Давальний відмінок може позначати особу, якій приписується певний стан (це так званий давальний суб'єкта в безособових конструкціях). (*Дітям радісно. Олені не сидиться*).

При іменниках давальний відмінок виражає значення належності, стосунку, спрямування (*пам'ятник Котляревському, послання бібціям, шапа поетові*).

У структурі речення давальний відмінок сучасної української мови не виявляє особливих додаткових значень, що зумовлено майже повною втратою ним прийменникового зв'язку. Давальний відмінок може вживатися тільки з похідними прийменниками й виражає разом із ними обставинні відношення (*зробив наперекір товаришам, вибіг назустріч батькові*).

В односкладних реченнях, які відтворюють внутрішній фізіологічний або психічний стан особи, що існує незалежно від її волі, давальний відмінок виконує функцію суб'єкта семантико-синтаксичної структури речення (*Миколі не працювалося... Поглядав раз по раз до хати (І. Чендей); Соломії сьогодні щастило. В болгарина не робили, бо було якесь місце свято, і вона пішла в горниці прохати за Остапа (М. Коцюбинський) [5].*

Знахідний відмінок

Основне значення знахідного відмінка – це вираження прямого об'єкта, тоді як у родовому відмінку це значення обмежене кількома випадками.

Знахідному відмінку належить провідна роль у вираженні функції об'єкта, охопленого дією, або об'єкта прямої дії.

Знахідний прямого об'єкта виступає при перехідних дієсловах (*завести коня, прочитати вірш, вибрати книгу*). Інші значення знахідного: часу (*просидів день, навчався рік*), місця (*поїхав у Харків, спустили на воду*) виводяться з основного, об'єктного значення. Такі додаткові значення в основному передаються за допомогою прийменників, наприклад: *покласти під стіл, соромити за непослух, працювати за товариша, сильніший за смерть*.

Орудний відмінок

З усіх відмінків орудний виділяється особливим багатством своїх значень. Він в українській мові виражає значення: 1) знаряддя й засобу дії (*писати олівцем, кивнути головою*); засобу пересування (*їхати поїздом, пливати човном*); 2) суб'єкта дії (*завдання виконано студентом, план затверджено комісією*) або співучасника діяча – соціативне значення (*мати з дочкою*

їдуть); 3) значення обставинної характеристики: (*працювати ночами, не писати місяцями*), місця (*пробиратися лісами, іти полем*), порівняння й перевтілення (*вити вовком, летіти стрілою, жити водною*); 4) значення предикативної характеристики (*бути лікарем, стати героєм, зробитися ледарем*) тощо.

У сполученні з прийменником форма орудного відмінка виражає багатоманітні семантико-синтаксичні значення: об'єктні (*розмовляти з учнем, їхати з товаришем*), атрибутивні (*дівчина з косою*), обставинні (*звернутися з питанням, перебувати під водою, вийти перед світанком*), предикативні (*борці був із перцем*) тощо.

Орудний інструментальний також може набувати відтінку об'єктного значення, коли його форма виражена найменуваннями істот, назвами конкретних предметів, частин тіла, абстрактних понять. При цьому іменники, виражені орудним, перебувають не у звичній для інструменталія кінцевій, периферійній частині речення, а розміщені безпосередньо за дієсловом-присудком у позиції сильнокерованого члена, тобто об'єкта (*Він [хлопчик]... вже наперед тішиться дерев'яним коником (Н. Кобринська) [6].*

Місцевий відмінок

Місцевий відмінок уживається тільки з прийменниками, і це є його невід'ємною синтаксичною ознакою. Він поєднується з п'ятьма прийменниками: *в(у), на, при, по, о(об)*, не розширюючи кола прийменникових сполучень. Ця стабільна кількість становить ще одну специфіку місцевого відмінка. Форма місцевого відмінка в сучасній українській мові аналітична: семантично-функціональне значення передається прийменником у єдності з флексією.

Місцевий відмінок виражає місце дії (*жити в селі, біліти на палубі, розкидати по палю*); час (*прийти о шостій годині*); рідше виступає зі значенням об'єктивним (*зосередитися на головному завданні*), зокрема знаряддя дії (*грати на баяні*) чи засобу пересування (*приїхати на возі*) [5].

Кличний відмінок

Виконує в реченні функцію – звертання до адресата мовлення. Форма кличного відмінка ніколи не пов'язується з прийменниками й не вступає в підрядні чи сурядні зв'язки з іншими членами речення. Вона твориться від іменників чоловічого чи жіночого роду, що означають осіб, істот і персоніфіковані предмети (*Павле, діду, коню, земле, мріє*).

Значення звертання до особи виражається за допомогою закінчення у формі однини (*Галю, Оксано, Карпе, сину*). У множині клична форма збігається з формою називного відмінка.

Кличний відмінок означає особу, до якої звертаємося. Отже, його мають не всі іменники, а лише ті, що є назвами осіб. Він не пов'язується з іншими словами за допомогою запитання. При звертанні ми не запитуємо, а вказуємо на особу формою займенника в будь-якому відмінку (*Ростиславе, відчини двері; Ростиславе, до тебе завітали; Я тобі вірю, Ростиславе*).

У художньому мовленні кличний відмінок може використовуватися як стилістичний засіб риторичного звертання до предметів, узагальнених понять з метою персоніфікації (*Місяченьку! Наш голубоньку! Ходи до нас вечеряти*) (Т. Шевченко).

Запитання визначають роль іменника в реченні: називний відмінок є формою вираження підмета; інші відмінки – формою вираження додатка. У ролі обставини, означення і присудка іменники відповідають на питання, які ставляться до цих членів речення [2].

Висновки. Отже, в українській мові категорія відмінка – це морфолого-синтаксична категорія, що слугує для вираження синтаксичних зв'язків з іменником і синтаксично пов'язаним із ним словом. Категорія відмінка допомагає визначити роль іменника в реченні. Кожна з відмінкових форм має синтаксичне значення або кілька таких значень, що виражаються за допомогою закінчення або прийменника та закінчення.

Література:

1. Безпояско О.К., Городенська К.Г., Русанівський В.М. Граматика української мови. Морфологія : підручник. Київ : Либідь, 1993. 336 с.
2. Дмитренко Г.К. Українська мова. Донецьк : БАО, 2005. 136 с.
3. Дудик П.С. Українська мова. Київ : Вища школа, 1988. Ч. 1 : підручник для педучилищ. 382 с.
4. Жовтобрюх М.А., Кулик Б.М. Курс сучасної української літературної мови. Київ : Радянська школа, 1965. Ч. 1 : підручник для факультетів мови й літератури, педагогічних інститутів. 424 с.
5. Караман С.О., Караман О.В., Плющ М.Я. Сучасна українська літературна мова. Київ : Літера ЛТД, 2011. 560 с.
6. Новий довідник: Українська мова. Українська література. Київ : ТОВ «Казка», 2010. 864 с.
7. Олійник О.Б. Українська мова. Київ : Вікторія, 1999. 367с.
8. Сучасна українська мова / за ред. О.Д. Пономарева. Київ : Либідь, 2001. 400 с.
9. Плющ М.Я. Сучасна українська літературна мова : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Вища школа, 2006. 430 с.
10. Українська мова : енциклопедія. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2004. 824 с.
11. Шкурятяна Н.Г., Шевчук С.В. Сучасна українська літературна мова: Модульний курс : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2007. 823 с.

Shypovych M., Ihnatolia A., Danchenko O. Semantical functions of nouns in the Ukrainian language

Summary. The article considers the problems and difficulties that arise in determining the cases of nouns at the stage, deepening, generalization and systematization of knowledge of the Ukrainian language. The noun is one of the most researched parts of speech. However, despite such a long history of the study of nouns, questions still arise to which linguistics

has not yet given a definitive answer. These, in particular, include the issue of such a concept as the cases of nouns, because even today it causes considerable difficulties in their correct definition in the sentence.

At the present stage of development of linguistics there is a significant scientific interest in the problems of semantics and syntax, in the field of which the most general, universal laws of language are reflected.

The importance of the study of semantic functions of cases is also explained by the fact that categorical semantics, based on the lexical semantics of words, is determined by the parameters of syntactic organization of language and speech.

The solution of this problem is of great theoretical importance, because along with gender and number – the case is one of the main categories of the noun.

Among the categories of the case, gender and number of the noun, a significant role belongs to the category of the case, its semantic functions.

Most nouns, when combined in a sentence with other words, change form and thus express their semantic relationship to a particular word. To express their syntactic relations with other words in a sentence, nouns have a system of case forms.

The article substantiates the peculiarities of the formation and definition of noun cases, the semantic functions of each of them – nominal, generic, dative, accusative, instrumental, local and vocative.

The difficulties of mastering the category of the case in the process of learning the Ukrainian language are considered. The place of each of the seven cases in the case system, its functions, peculiarities of creation and specifics of use are determined.

Great difficulties arise in determining the accusative and exclamatory (“exclamatory form”) cases in nouns. Therefore, the article pays special attention to their definition in sentences.

Thus, in the Ukrainian language, the correct definition of noun cases is usually difficult for many.

This article discusses the rules of use of this grammatical category, which you need to know to be able to navigate in their correct definition in sentences.

Key words: noun, grammatical category, number, case, semantics, semantic functions, ending, syntactic unit, main and secondary members of a sentence.

Шмуля Л. В.,

викладач кафедри англійської мови

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

МОВНА КАРТИНА СВІТУ РОК-ПОЕЗІЇ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. Стаття присвячена лексико-семантичному аналізу мовної картини світу в рок-поезії початку ХХІ століття. Визначено, що мовна картина світу являє собою сукупність зафіксованих у мовних одиницях уявлень народу про дійсність на певному етапі розвитку народу, уявлення про дійсність, яка відображена в значеннях мовних знаків, – мовне членування світу, мовне впорядкування предметів і явищ, закладена в системних значеннях слів інформація про світ. Мовна картина світу може бути не лише національною, індивідуальною, а й певним напрямом у музиці, зокрема рок-музика, може створювати свою мовну картину світу. У дослідженні ми спиралися переважно на поняття лексико-семантичного поля – групи слів, об'єднаних єдиним (інтегральним) значенням. Отже, у результаті лексико-семантичного аналізу текстів рок-пісень виявлено, що основними складниками мовної картини світу рок-поезії початку ХХІ століття були такі лексико-семантичні поля, як «свобода», «мрія», «почуття». У лексико-семантичному полі «почуття» ми виявили вираження почуттів як із позитивною, так і з негативною конотацією. До позитивних ми зарахували кохання. Кохання виражається за допомогою слова «love» (N, V), що є прямою номінацією. Проте кохання в текстах пісень цього періоду набуває негативного відтінку, оскільки порівнюється не лише зі спортивними змаганнями, а й із полюванням: «She was just another conquest». На позначення кохання вказує не лише пряма номінація, а й символ кохання – серце, яке розбите (heart was broke). У групі почуттів з негативним конотативним значенням виявлено почуття самотності, відчаю, які передаються одиницями «lost», «alone», «lonely» й, відповідно, «desperation». Для вираження поняття «свобода» автори рок-пісень уживають певні символи: птах, крила – і пряму номінацію «freedom».

Ключові слова: картина світу, мовна картина світу, мова, лексико-семантичне поле, рок-поезія.

Постановка проблеми. Відбиваючи в процесі своєї діяльності прояви культури, об'єктивний світ, людина фіксує в слові результати свого пізнання. Сукупність цих знань, відображених у мовній формі, у лінгвістиці отримала назву мовної картини світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Початки тези про мовну картину світу належать В. Гумбольту. Його погляди сприйняли й розвинули Л. Вайсгербер, Е. Сепір, Б. Ворф. В останні роки картина світу стала однією з найбільш актуальних тем у сучасній науковій думці. Різними аспектами вивчення картини світу займалися такі дослідники, як М.А. Дмитрієва, О.А. Корнілов, В.А. Маслова, З.Д. Попова, В.Н. Поставалова, В.Н. Телія, Т.В. Цив'яч, С.А. Щербань.

Мета статті – виявити й описати особливості лексико-семантичного вираження мовної картини світу рок-поезії початку ХХІ століття.

Виклад основного матеріалу. У результаті взаємодії людини зі світом утворюються її уявлення про світ, формується певна модель світу, яка у філософсько-лінгвістичній літературі називається картиною світу. Картина світу – одне з фундаментальних понять, що описує людське буття.

Картина світу – це певна система уявлень про навколишню дійсність. Цей термін уперше застосований відомим австрійським філософом Людвігом Вітгенштейном у відомому «Логіко-філософському трактаті» (1921). На його думку, світ навколо нас – це сукупність фактів, а не речей, і визначається він виключно фактами. Людська свідомість створює для себе образи фактів, які являють собою певну модель дійсності. Ця модель, або картина фактів, відтворює структуру дійсності загалом або структуру її окремих компонентів [1].

У науковій літературі картина світу тлумачиться як цілісний глобальний образ світу, який є результатом усієї духовної активності людини, що є основою світобачення людини, репрезентує істотні властивості світу в розумінні її носіїв, це суб'єктивний образ об'єктивної реальності.

Картину світу можна виділити, описати та реконструювати в будь-яку соціопсихічну одиницю – від нації чи етносу до певної соціальної чи професійної групи або окремої особистості. У той самий час існує й універсальна картина світу, властива всьому людству, хоча вона є надто абстрактною.

С.А. Щербань описує такі різновиди картин світу, як наївна, наукова, культурна, релігійна, реальна, ілюзорна та мовна.

Наївна картина світу – це результат практичного пізнання дійсності, який має етнічну специфіку й відображається в мовному матеріалі, традиціях, культурі.

Наукова картина світу розуміється як система уявлень людей про властивості й закономірності дійсності (реально існуючого світу), побудована в результаті узагальнення та синтезу наукових понять і принципів.

Релігійна картина світу вважається різновидом наукової, виконує світоглядну функцію, пояснює світ, базуючись не на наукових знаннях, а на визнанні іншої дійсності поза межами чуттєвого сприймання.

Культурна картина світу – це сукупність раціональних знань та уявлень про цінності, норми, менталітет власної та інших спільнот, погляд члена культури на зовнішній світ.

Мовна картина світу визначається як сукупність знань про світ, відображених у мовному й мовленнєвому матеріалі (у лексиці, фразеології, граматиці) [4].

Початки тези про мовну картину світу належать В. Гумбольту, який стверджував, що «в кожній природній мові є характерний тільки для неї огляд світу. Усяка мова, позначаючи окремі предмети, насправді творить: вона формує для народу, який є її носієм, картину світу [4]». Погляди В. Гумбольта

сприйняли й розвинули неогумбольдтіанці (Л. Вайсгербер, Е. Сепір, Б. Уорф). Саме Л. Вайсгербер увів поняття «мовна картина світу» до наукової термінологічної системи [2, с. 57].

В.А. Маслова зазначає, що мовна картина світу – це загальнокультурне надбання нації, вона є структурованою, багатоваріантною. Саме мовна картина світу зумовлює комунікативну поведінку, розуміння зовнішнього світу та внутрішнього світу людини [6, с. 65].

Мовна картина світу – це образ світу, що створюється лінгвістичними засобами, а саме: номінативними засобами мови; граматичними засобами мови; функціональними засобами мови; образними засобами мови; фоносемантикою мови; дискурсивними засобами [5, с. 19].

Отже, мовна картина світу – це сукупність зафіксованих у мовних одиницях уявлень народу про дійсність на певному етапі розвитку народу, уявлення про дійсність, що відображена в значеннях мовних знаків, – мовне членування світу, мовне упорядкування предметів і явищ, закладена в системних значеннях слів інформація про світ. Кожна національна спільнота, засвоюючи знання про світ, відбиває його через призму рідної мови, тобто створює свою мовну картину світу. Мовна картина світу може бути не лише національною, індивідуальною, а й певним напрямом, наприклад, у музиці, може створювати свою мовну картину світу. У статті автор досліджуватиме картину світу, відображену в рок- поезії початку XXI століття.

Для здійснення лексико-семантичного аналізу відібрані тексти пісень з матеріалу періоду початку XXI століття різних англійських гуртів, а саме: Coldplay, Green Day, Linkin Park, The Muse, Radiohead, The White Stripes.

У результаті аналізу ключових слів у текстах пісень відповідних гуртів виявлено, що найбільш часто вживаною є лексика, яку можна об'єднати в лексико-семантичне поле «почуття». Це поле представлено лексикою, що має як позитивні, так і негативні конотації. Серед позитивних виражено почуття кохання. Отже, почнемо з прямої номінації, а саме зі слів *love* (N, V).

Саме в пісні «Turn Up The Sun» гурту Oasis ми вперше бачимо заклик любити один одного «So if you see me and I look right through/You should not take it / As a reflection on you / Come on, turn up the sun / Love one another / Love one another». У рядках пісні «You Don't Know What Love Is» гурту The White Stripes «You don't know what love is / You do as you told / Just as a child at ten might act / But you are far too old / You are not hopeless or helpless / And I hate to sound cold / But you don't know what love is / You just keep on repeating / All those empty I love "you's"» кохання змальовується з негативного боку. Герой пісні дорікає кохану людину в несправжності почуття. Ми вже настільки звикли говорити один одному про кохання, що з часом втрачається справжність почуття і слова стають пустими. У тексті пісні «Conquest» того самого гурту кохання знову набуває негативного відтінку, оскільки порівнюється не лише зі спортивними змаганнями, де завжди один виграє, а інший, на жаль, програє, а й із полюванням: «She was just another conquest / Didn't care who's heart was broke / Love to him was a joke... / And then in the strange way things happen / Their roles were reversed from that day / The hunted became the huntress». Тут має місце не лише пряма номінація, а й використання символу кохання – серця, яке розбите (heart was broke). Закохана людина порівнюється з якимось трофеєм, кохання – із жартом. Також ми можемо побачити в цьому

тексті зміну ролей чоловіка і жінки в сучасному суспільстві. У наступній пісні немає прямої номінації кохання, воно виражається за допомогою метафоричних висловів. Наприклад, із рядків «I'm tired of being what you want me to be / Feeling so faithless lost under the surface / Don't know what you're expecting of me / Put under the pressure of walking in your shoes / Every step that I take is another mistake to you / I've become so tired so much more aware / I'm becoming this all I want to do / Is be more like me and be less like you / Can't you see that you are smothering me / Holding too tightly afraid to lose control» (Linkin Park, «Numb») ми розуміємо, що кохання в цьому контексті має руйнівну силу, воно змушує людину змінюватися, втрачати своє істинне «Я» й перетворюватися на таку, яка влаштувала б повністю свого партнера і була б схожою на нього. Людина втомлюється від постійного тиску на неї, контролю над її думками та вчинками. Longman Dictionary of Contemporary English подає такі визначення словам «smothering», «holding»: to smother – to completely cover the whole surface of something with something else, often in a way that seems unnecessary or unpleasant [10, с. 1662]; to hold – to have something in your hands, or arms; to keep someone somewhere, and not allow them to leave [10, с. 836]. Отже, лексеми «smothering, holding» означають, що герой почуває себе так, ніби це кохання тримає його міцно в руках, не дає йому жодної свободи рухів, він починає вже задихатися від такого тиску й контролю.

До групи негативних почуттів ми зарахували почуття самотності, неспокою, відчаю, песимізму. У пісні «Boulevard Of Broken Dreams» гурту Green Day самотність виражається за допомогою прямих номінацій: «I walk a lonely road / The only one that I have ever known / Don't know where it goes / But it's home to me and I walk alone / I walk this empty street».

У текстах пісень цього періоду відчуття самотності досить яскраво передається за допомогою метафоричних висловів. Наприклад, із рядків пісні «Prospekt's March» гурту Coldplay «Now here I lie on my own in a separate sky / Here I lie on my own in a separate sky / I don't wanna die on my own here tonight / But here I lie on my own in a separate sky» ми розуміємо, що людина залишилася сам на сам зі своїми проблемами, вона почувається самотньою і покинутою. Завдяки метафорі «I lie on my own in a separate sky» дуже чітко передається це відчуття самотності, можливо, навіть ізольованості від суспільства. Герой наступної пісні також відчуває себе покинутим і самотнім: «Nobody likes you / Everyone left you / They are all out without you / Having fun» (Green Day, «Letterbomb»).

У рядках наступної пісні ми відчуваємо не лише самотність, а й відчай, який передається прямою номінацією desperation. Longman Dictionary of Contemporary English подає такі визначення слову «desperation»: the state of being desperate [10, с. 459]. Для більш яскравого вираження відчуття самотності автор використовує словосполучення feel cold: «You were there impossibly alone / Do you feel cold and lost in desperation / You build up hope but failure is all you've known» (Linkin Park, «Iridescent»). У наступному прикладі знову вживається прикметник cold. Автор використовує в тексті пісні образ зими. Це саме та пора року, коли відчуваєш себе самотнім, оскільки люди намагаються якомога менше часу проводити на вулиці, менше спілкуються один із одним: «This is my December / This is me alone / And I just wish that I didn't feel / Like there was something I missed» (Linkin Park, «My December»).

У тексті пісні «Part of The Queue» (Oasis) почуття самотності передається через лексему *lost*: «Suddenly I found that I've lost my way in the city / Streets in their *thousand of colours*, *all bleed into one* / I fall down, heaven won't help me / I call out, no one would hear / All of a sudden I've lost my way out of the city / Stand tall, stand proud / Every beginning is breaking its promise / I'm having trouble, just *finding some soul* in this town / Names on the faces, in places they mean nothing to me». У цьому тексті постає опозиція яскравий, різнокольоровий та однокольоровий, блідий як метафоричне вираження самотності й радості. Відчуття самотності призводить до того, що людина почуває себе загубленою в місті, їй немає з ким поговорити, або, можливо, її просто ніхто не розуміє. У наступній пісні немає прямої номінації для передачі почуття самотності: «The world around us makes me feel so *small*... Lyla / If you can't hear me call then I can say... Lyla» (Oasis, «Lyla»), але протиставлення маленької людини та світу навколо дає нам відчуття цієї самотності. Отже, у лексико-семантичному полі «почуття» ми виокремили групи почуттів з позитивним і негативним відтінком. До позитивних почуттів ми зарахували кохання, що виражається за допомогою прямої номінації *love* (N, V), проте лише в одному прикладі воно позитивне значення. У всіх інших випадках воно привносить свої негативні риси. Серед негативних виявлено почуття самотності, відчаю, які передаються одиницями *lost*, *alone*, *lonely* й, відповідно, *desperation*.

Наступним складником картини світу є лексико-семантичне поле «мрія». В основному герої пісень мріють про краще і світле майбутнє. «A simple plot / But I know one thing / *Good things are coming our way*» (Coldplay, «Up with the Birds»). Для опису цих мрій про краще майбутнє автор пісні використовує символ: «When she was just a girl / She expected the world / But it flew away from her reach / So she ran away in her sleep / And *dreamed of para-paradise*» (Coldplay, «Paradise»), рай – символ щасливого майбутнього; мирного буття, душевного спокою; рівноваги і внутрішнього задоволення; красивої, благодатної та багатой землі, кохання; найвищої насолоди. У наступному тексті немає прямої номінації мрії: «The sun will shine on you again / A bell will ring inside your head / And all will be brand new / Come alive, come on in / It's something that you know / The world's as wide as your life is thin / So entertain your goals / The sun will shine on you again» (Oasis, «A Bell Will Ring»), проте ми розуміємо, що, незважаючи на певні труднощі на цьому етапі життя, людина мріє про краще майбутнє. У цьому тексті ми знову бачимо порівняння: щасливе майбутнє порівнюється із сонцем, використовується також метафоричний вислів *a bell will ring inside your head* для опису кращого майбутнього, відчуття радості й щастя. Герой наступної пісні перебуває в скрутному становищі, він стоїть на роздоріжжі і мріє про знак, який дасть йому надію на щасливе майбутнє: «Four seasons, second, flicker and lash I'm *alone* / A lonely scream provides the scene, it's no home / Every night I hear you scream / But you don't say what you mean / this was my dream but now *my dream is flown* / I'm at the *crossroads waiting for a sign*». Уже з назви пісні нам стає зрозуміло, що, незважаючи на всі негаразди, ми повинні мріяти про світле і щасливе майбутнє, на що вказує пряма номінація *dream*: «Where real life and *dreams* collide / And even though I fall from grace / I will keep the dream alive» (Oasis «Keep the dream Alive»). У цій пісні можна відзначити також лексеми, які відносяться до лексико-семантичного поля «почуття», а саме I'm

alone, *a lonely scream*. Отже, для вираження поняття «мрія» використовувалися як прямі номінації *dream* (N, V), так і символічні назви *paradise*, метафоричні вислови *a bell will ring inside your head*, *the sun will shine on you again*.

Останній складник картини світу рок-поезії початку XXI століття ми визначили як «свобода». Виявлено, що лексика, яку можна об'єднати в це лексико-семантичне поле, уживається значно рідше, ніж лексика попередніх двох складників мовної картини світу початку XXI століття.

Для вираження свободи автори рок-пісень часто використовують певні символічні назви. У рядках наступної пісні використовуються такі символи: птах, крила: «The sky is blue / Dreamed of light till it's true / Then take it back the pause shall through / My arms turn *wings* / All those clumsy things / Send me up to the wonderful world / And then I'm up with the *birds*» (Coldplay «Up with The Birds»). У наступній пісні прагнення до свободи реалізується за допомогою лексеми *asphyxiated* і прямої номінації *freedom*: «I wanted freedom / But I'm *asphyxiated* / I try to give you up / But I'm *addicted* / Now that you know I'm trapped since ovulation / You never dream of breaking this fixation» (The Muse «Time is Running Out»). Герой пісні хоче свободи в стосунках, оскільки задихається від них, але не може розірвати їх через вагітність і тому відчуває себе загнаним у пастку (I'm trapped).

Висновки. Отже, у результаті лексико-семантичного аналізу текстів рок-пісень виявлено, що основними складниками мовної картини світу рок-поезії початку XXI століття були такі лексико-семантичні поля, як «свобода», «мрія», «почуття». У лексико-семантичному полі «почуття» ми виявили вираження почуттів як із позитивною, так і з негативною конотацією. До позитивних ми зарахували кохання. Кохання виражається за допомогою слова «love» (N, V), що є прямою номінацією. Проте кохання в текстах пісень цього періоду набуває негативного відтінку, оскільки порівнюється не лише зі спортивними змаганнями, а й із полюванням: «She was just another conquest». На позначення кохання вказує не лише пряма номінація, а й символ кохання – серця, яке розбите (*heart was broke*). У групі почуттів з негативним конотативним значенням виявлено почуття самотності, відчаю, які передаються одиницями «lost», «alone», «lonely» й, відповідно «desperation». Для вираження поняття «свобода» автори рок-пісень уживають певні символи: птах, крила – і пряму номінацію «freedom».

Література:

1. Богатырева И.И. Языковая картина мира. URL: <http://www.portal-slovo.ru/philology/43646.php> (дата звернення: 05.09.2020).
2. Лукаш Г.П. Картина світу як об'єкт вивчення лінгвокультурології. URL: http://ntsa-efon-npu.at.ua/blog/kartina_svitu_jak_ob_ekt_vivchennja_lingvokulturologiji/2010-11-15-186 (дата звернення: 01.09.2020).
3. Вайсгербер Й. Родной язык и формирование Духа. Москва, 2004. 232 с.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Москва, 2001. 208 с.
5. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика : учебное пособие. Минск, 2008. 272 с.
6. Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners. Milano : Pearson Education Limited, 2009. 2082 p.
7. Rock Lyrics. URL: <http://lyrics.rockmagic.net/> (дата звернення: 19.08.2020).

Shmulia L. Language picture of the world of the 1990s rock-poetry: linguistic peculiarities

Summary. The article deals with important in the present-day linguistics problem of the language picture of the world. The definitions of world picture are suggested. The world picture is defined by most researchers as a holistic global image of the world. It is the result of all the spiritual activity of people which is the basis of human worldview. It represents the essential properties of the world. The main varieties of picture of the world are presented. They are naive, scientific, religious, cultural, real and illusory. It is determined that the language picture of the world is a set of people's ideas about the reality at some stage of development reflected in language; the conception of reality which is reflected in linguistic signs – linguistic division of the world; language ordering of objects and phenomena; information of the world inherent in system meaning of words. The author defines that language picture of the world can be not only national, individual, but also a trend in music can create the language picture of the world. In addition, rock poetry as the lyrics of one of the most meaning-

ful trend in music contains much linguistic material valuable in cultural aspects. The main components of the language picture of the world are revealed and described by means of the lexical and semantic analysis of these texts. As a result of lexical and semantic analysis of rock poetry, such lexical and semantic fields as “freedom”, “feelings”, “deam” were identified. In the lexical-semantic field of “feelings” feelings with positive and negative connotations were found. We considered love to be positive. Love is expressed by the word “love” (N, V). However, love in the lyrics of this period acquires a negative connotation as it is compared not only with sports, but also with hunting: “She was just another conquest”. Love is indicated by the symbol of love – the heart that was broken. In the group of feelings with a negative connotative meaning feelings of loneliness, despair were revealed. To express the concept of “freedom”, the authors use certain symbols as a bird, wings and the word “freedom”.

Key words: picture of the world, language picture of the world, language, lexical-semantic field, connotation, rock poetry.

*Юрчишин В. М.,**асистент кафедри англійської філології**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

РОЛЬ КОНТЕКСТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ САТИРИЧНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ У БРИТАНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ ПІДХІД

Анотація. Стаття присвячена дослідженню інтерпретаційного механізму сатири в британському медіадискурсі. Матеріалом статті стали тексти британського сатиричного журналу *Private Eye* за 2019 р. на соціально-політичну тематику. Метою дослідження є визначення ролі контекстуальних ресурсів в інтерпретації сатиричних висловлень у британському медіадискурсі. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю отримання нових поглиблених знань про механізми інтерпретації сатири, які є вкрай важливими для адекватного розуміння сатиричної критики. У ході дослідження застосувалися методи дискурс-аналізу та функціонально-прагматичний аналіз. На основі підходу до трактування сатири П. Сімпсона й аналізу сатиричних висловлень з позиції теорії релевантності Д. Спербера та Д. Уілсона визначено, що під час інтерпретації сатиричних висловлень реципієнт сатири звертається до контекстуальної інформації на різних стадіях під час інтерпретації сатиричних висловлень. На основі аналізу контекстуальної інформації Ф. Юса виокремлено й охарактеризовано шість видів контекстуальних ресурсів, до яких апелює реципієнт сатири під час інтерпретації сатири в британському медіадискурсі. Установлено, що на практиці можливі випадки, коли водночас задіюються декілька контекстуальних ресурсів на етапі усунення двозначності та встановлення відсилань для отримання контекстуальних імплікацій, а також для отримання експлікатур та імплікатур. З'ясовано, що розуміння сатири відбувається на тій ланці інференційного ланцюжка, де реципієнт сатири, усвідомлюючи невідповідність між експліцитно вираженою інформацією та контекстуальною інформацією, розуміє, що сатирик мав на меті передати додаткові імпліцитно виражені ідеї. З'ясовано, що така насиченість імпліцитної контекстуальної інформації не обов'язково спричиняє інтерпретаційні труднощі, оскільки інформація з контекстуальних ресурсів є легкодоступною, тому сприяє виявленню сатиричних інтенцій автора, економлячи інтерпретаційні зусилля та збільшуючи когнітивний ефект. Перспективами подальших розвідок є дослідження інтерпретаційних процедур в інших сатиричних жанрах медіадискурсу, таких як сатирико-політичні телепрограми, ситуативні коміко-сатиричні комедії та сатиричні стендап-комедії.

Ключові слова: сатира, дискурсивна взаємодія, теорія релевантності, ситуативний контекст, контекстуальні ресурси.

Постановка проблеми. Ми живемо у світі безмежного доступу до інформації, тому для того, щоб привернути увагу читача, розважити й водночас переконати його, необхідно вміло оперувати великим набором мовних засобів, які б могли виразити критичне ставлення, створюючи при цьому комічний ефект. Одним із таких інструментів переконання через розвагу

є сатира. Джерельною базою дослідження слугує британський сатиричний журнал *Private Eye* (далі PE), який є єдиним серйозним сатиричним форматом, що залишився незмінним з часів сатиричного буму в Британії в 1960-х роках [8, с. 155–169]. Це сатиричний журнал відомий своєю критикою та висміюванням ключових політичних фігур і знаменитостей, а також детальним розслідуванням замовчуваних скандалів стосовно випадків кругової поруки й інших серйозних проблемних питань, таких як порушення прав людини, торгівля зброєю, конфлікти інтересів між політиками та великим бізнесом, використання офшорів великими корпораціями тощо. Актуальність досліджень медіадискурсу спричинена тим, що «в ньому відображаються етичні цінності соціуму» [1, с. 4], а саме нівелювання чи маніпуляція цими цінностями стає об'єктом сатиричної критики.

Метою статті є розгляд інтерпретаційного механізму сатири в британському медіадискурсі.

Виклад основного матеріалу. Поняття сатири не має однозначного тлумачення. На думку Т. Радзієвської, «як і в термінологічному, так і в побутовому аспектах сатиру зазвичай пов'язують з ідеєю критики певного соціального явища, носієм якого може бути певна інституція, соціальне середовище, окрема особа, що є виразниками комплексу соціально значущих ідей» [6, с. 114]. Сатира виступає як «особливий ідейно-художній принцип зображення дійсності, що дає ясну й сутнісно визначену оцінку зображуваного явища» [3, с. 8]. Досліджуючи сатиричну публіцистику, І. Собокар стверджує, що «для сатири характерні такі атрибутивні ознаки, як нагальність, тісні зв'язки з поточним станом суспільства та беззаперечна моралістична орієнтованість» [7, с. 111]. Британський мовознавець П. Сімпсон вважає, що «сатира посідає вищу нішу, ніж просто літературний метажанр, як її було прийнято називати літературними критиками, оскільки основною характеристикою сатири є її здатність асимілювати різні види дискурсу, базові жанри та піджанри й, що найважливіше, ставити ці жанри в опозицію один до одного» [9, с. 72–90]. Тому для концептуалізації сатири науковець використовує термін «дискурсивна взаємодія» (*discursive practice*) і визначає сатиру як «дискурсивну взаємодію між сатириком (*the satirist*), об'єктом сатири (*the satirical target*) і реципієнтом сатири (*the satiree*) з метою розкритикувати чи висміяти об'єкт сатири, створюючи при цьому гумористичний ефект. Результатом успішної сатири є зближення сатирика та реципієнта сатири й водночас їх віддалення від об'єкта сатири [9, с. 8]. П. Сімпсон стверджує, що сатиричні тексти – це «висловлення, які тісно пов'язані із ситуативним контекстом, учасниками дискурсу та набором фонових знань», [9, с. 1], при цьому ситуативний контекст і фонові

знання відіграють ключову роль у дискурсивній взаємодії між сатириком і реципієнтом сатири.

Щоб дискурсивна взаємодія між елементами сатиричної тріади була успішною, тобто щоб відбулося «зближення між сатириком і реципієнтом сатири й водночас їх віддалення від об'єкта сатири», сатирик і реципієнт сатири повинні керуватися спільними принципами, які будуть відомі обом учасникам взаємодії та які допоможуть реципієнту сатири збагнути доцільність уживання сатириком певних лінгвістичних структур та екстралінгвальних стимулів, щоб скласти пазли в цілісну картину.

Механізми інтерпретації прихованих смислів сатири в медіа пояснимо на основі теорії релевантності (ТР) Д. Спербера та Д. Уілсона, яка визначає роль інференції (формування логічних висновків) у заповненні прогалини між тим, що і зашифровано, і тим, що в кінцевому результаті інтерпретовано.

У теорії релевантності виділяють два принципи: «когнітивний принцип релевантності – людське мислення спрямоване на максималізацію релевантності, і комунікативний принцип релевантності – кожен акт остенсивної комунікації несе в собі презумпцію оптимальної релевантності» [10, с. 232–233]. Презумпцію оптимальної релевантності дослідники пояснюють через «остенсивний стимул (*ostensive stimulus*), призначений для приваблення уваги адресата й зосередження її на значенні адресанта» [10, с. 611]. При цьому «остенсивний стимул є оптимально релевантним для читача, якщо а) цей остенсивний стимул є достатньо релевантним для того, щоб бути вартим зусиль адресата його опрацювати; б) остенсивний стимул є найбільш релевантним з урахуванням можливостей і пререференції адресата» [10, с. 270–271].

Отже, ТР забезпечує теоретичне обґрунтування двох базових прагматичних запитань: 1) яким чином слухач/читач правильно інтерпретує, те, що мав на увазі мовець; 2) що лежить в основі вибору того чи іншого лінгвістичного виразу, який обраний мовцем, щоб висловити чи приховати свої думки.

Оскільки ТР є прагмакогнітивною теорією, вона підкреслює роль контексту в людському спілкуванні й особливо в інференційній діяльності, спрямованій на заповнення прогалини, з якою стикається мовець у процесі перетворення зашифрованих висловлень у повністю контекстуалізовані висловлення. Мовці передбачають звернення співрозмовників до контекстуальної інформації як невід'ємного складника інтерпретативної діяльності. «Повідомлення є релевантним для адресата лише тоді, коли воно пов'язане з фоновою інформацією, наявною в нього для того, щоб отримати важливі для себе висновки, тобто тоді, коли воно обробляється в контексті доступних припущень, щоб принести позитивний когнітивний ефект» [2, с. 74]. Найважливішим когнітивним ефектом, який досягається в результаті обробки повідомлення в контексті, є контекстуальна імплікація, висновок, виведений із повідомлення та контексту разом, але не із самого лише повідомлення чи контексту окремо [10, с. 608]. Це означає, що «автори статей не обов'язково повинні вербально виражати всю інформацію, яку вони повідомляють, вони очікують від читачів того, що останні зможуть «заповнити прогалини» в тексті повідомлення для адекватної інтерпретації повідомлення» [2, с. 74]. Отже, теорія релевантності підкреслює роль інференції (формування логічних висновків) у заповненні прогалини між тим, що зашифровано, і тим, що в кінцевому результаті інтерпретовано, і припускає, що «між цими двома фазами (декодування та формування логічних висновків) є тільки подіб-

ність, а не ідентичність» [14, с. 2]. У випадку вживання сатири цей процес «заповнення прогалин» є обов'язковим, адже сатира не експлікується в дискурсі прямо, сатирик розраховує на здатність реципієнта сатири свідомо чи несвідомо її зрозуміти. Ми вважаємо, що розуміння сатири відбувається на певній ланці інференційного ланцюжка, коли реципієнт сатири усвідомлює, що інформація виражена експліцитно, контекст і фоніві знання стосовно об'єкта сатири суперечать один одному. Тоді, керуючись комунікативним принципом теорії релевантності, адресат починає шукати інші можливі імпліцитно виражені ідеї, які сатирик хотів донести до реципієнта.

Ф. Юс називає контекстуальну інформацію «контекстуальними ресурсами» [14] і вважає, що до контекстуальних ресурсів можна апелювати на різних стадіях протягом інтерпретації непрямого висловлення (під час паралельного узгодження експліцитної інформації, імпліцитних передумов та імпліцитних висновків) як в ізоляції (коли задіюється тільки один ресурс), так і до декількох одночасно в лінійному чи паралельному порядку [14, с. 198].

Вивчаючи прагматичні характеристики гумору на основі теорії релевантності, Ф. Юс виокремлює 7 видів контекстуальних ресурсів (*contextual sources*), які відіграють важливу роль у процесі правильної інтерпретації іронічного висловлення [14, с. 199–203]: *контекстуальний ресурс А* – це загальні енциклопедичні знання; *контекстуальний ресурс В* – це специфічні енциклопедичні знання про мовця, його вподобання, вірування, погляди тощо; *контекстуальний ресурс С* – знання про події, які мали місце нещодавно та які ще зберігаються в короткостроковій пам'яті адресата; *контекстуальний ресурс D* – попередні висловлення в поточній розмові або ж висловлення з попередньої розмови; *контекстуальний ресурс E* – невербальна поведінка мовця; *контекстуальний ресурс F* – лексичні та граматичні одиниці, які обрав мовець як лінгвістичні підказки, що вказують на його іронічний намір; *контекстуальний ресурс G* – інформація з навколишнього середовища, яка оточує мовців.

Вивчаючи сатиру на основі друкованих медіа, «де не існує прямої, безпосередньої передачі інформації, натомість взаємодія відбувається між автором і читачем у різних контекстах і є відокремленою як у просторі, так і у часі (під час створення автором тексту й під час прочитання тексту)» [2, с. 43], список контекстуальних ресурсів, до яких апелюють учасники сатиричного дискурсу, дещо видозміниться. Зокрема, у нашому випадку не задіюватимуться *контекстуальні ресурси В та G*, оскільки сатирик і реципієнт сатири не володіють інформацією про погляди, вподобання та вірування кожного з них. Також інформація про фізичне оточення учасників під час дискурсивної взаємодії є непередбачуваною і, відповідно, неактуальною. Натомість, щоб бути зрозумілим більшій кількості читачів, сатирик апелює до тих знань, які є спільними для максимально великої групи людей, тому найчастіше вступає в дію *контекстуальний ресурс А*, тобто «інформація про світ, у якому ми живемо, наша культура, соціальні стереотипи, поширені вірування, погляди, моральні стандарти, які отримали колективний і культурний статус і які поділяє певна група людей або ж ціла культурна спільнота» [13, с. 203]. Це, по суті, є когнітивна база «лінгвокультурної спільноти», яку розуміємо як групу мовних особистостей, якій притаманна однакова етнічна мовна свідомість [4, с. 40–41]. Апеляція до цього найголовнішого контекстуального ресурсу здійснюється через широке використання преце-

дентних феноменів. Прецедентні феномени, будучи знайомим широкому колу читачів, мають здатність активізувати низку асоціацій, які виникають під час їх сприйняття. Когнітивна база, необхідна для розпізнавання прецедентних текстів, повинна бути присутньою в більшості носіїв мови безпосередньо. Мовці можуть миттєво відтворити зв'язок із прецедентом, який розуміємо як «вербальний, невербальний чи вербалізований феномен, що відбувся раніше й слугує прикладом для зіставлення за нових умов» [5, с. 170]. Розглянемо приклад апеляції до одразу 12 прецедентних імен у межах однієї статті:

*The gal that Flee Streer calls **Slagatha Chistie** (Geddit???)*

*COLEEN??!! Donchaluvher??! Hats off to the supersleuthin' supermum turned detective who solved the crime of the century, i.e, which fellow **WAG** was a-leakin' and a-sneakin' to the red tops – or should I say rude tops (Gefddit!!!!???) Move over **Inspector Morse, Hercule Poirot, Sherlock Holmes, Brother Cadfael** (who he? Ed.), our Coleen has proved herself the finest private investigator the world has ever known!!!!!! I say La Rooney should be solving all the world's problems, including Brexit, global warming, the war in Syria and why Fleabag is so great!!!!!! Come on **Popey**, forget dreary old **Cardinal Newman**, make it St Coleen of Rooney – patron saint of the soccer sisterhood.*

*COLEEN?! Arenchasickofher??!! Who does she think she is!!!! Miss **Marple** in a bikini??!! So you found out that one of your fellow witless **WAGS** was spilling the Instagram beans and sellin' tales of your boring life!!!! No sh**, **Sherlock**!!!!!! If you're such a great detective, "**Columbo**" Coleen, how come you can't solve the mystery of what your hubbie, Wayward Wayne, aka **Mr Spudface**, gets up to with mystery blondes in hotel rooms when he's playing away????!! No offence, darling, just sayin' it like it is!!!! (PE, 18 October – 31 Oct 2019, p. 27).*

У цій статті, щоб підкреслити глузливе ставлення до об'єкта сатири, автор звертається одразу до восьми прецедентних імен, які, будучи вигаданими персонажами відомих детективних творів, здатні активізувати низку схожих асоціацій, пов'язаних із роботою детективів-віртуозів. Використання такої великої кількості прецедентних імен зі схожим асоціативним рядом, гіпертрофує вміння об'єкта сатири розкривати «найбільш заплутані злочини», тим самим указуючи на глузливе ставлення сатирика до об'єкта сатири (у нашому випадку дружини відомого британського футболіста Уейна Руні – Колін).

Контекстуальним ресурсом В у дослідженні буде лексикографічна модель побудови статті як інтерсеміотичного кліше. Це свого роду прецедентний жанр, який використовується сатириком для оформлення свого висловлення та який протиставляється пропозиційній формі висловлення й цим самим указує реципієнту сатири на необхідність шукати додаткового небуквального значення висловлення. Наприклад, шаблон шкільної газети для характеристики діяльності уряду Великобританії *St Teresa's Independent State Grammar School for Girls (and Boys)* (PE 17 May – 30 May 2019, p. 26) використовується як контекстуальний ресурс, який одразу вказує на наявність додаткових імплікацій і, відповідно, економить інтерпретаційні зусилля реципієнта сатири, адже йому вже не треба спочатку інтерпретувати пряме значення висловлення, а одразу формувати ad hoc концепти.

Третій контекстуальний ресурс, апеляція до якого є обов'язковою, щоб надати висловленню статусу сатиричного, – це контекстуальний ресурс С – знання про події, які мали місце нещодавно та які ще зберігаються в короткостроковій пам'яті

адресата. Цей контекстуальний ресурс допомагає реципієнту сатири встановити зв'язок між сатиричною ремаркою та подією, яка слугувала тригером для її вираження. Наприклад, розглянемо таку статтю:

Young Royals to take on more duties

By Our Court Staff Jenny Fleet

Buckingham Palace has announced that the younger generation of members of the Royal Family are now to assume a larger amount of the duties previously carried out by their grandparents. For example, the Duke and Duchess of Cambridge will relieve the Duke of Edinburgh of his role in motor accidents involving members of the public.

*Said a Palace spokesperson, "The Duke has now crashed into enough people, he really has done his bit and it's time for **Wills and Kate to take up the job of Royal traffic collision**". He continued, "I am delighted to say that they have taken their new responsibilities very seriously and have **hit the public running, I mean "ground"**" (PE 28 June – 11 July 2019, p. 28).*

Щоб розпізнати сатиричне ставлення автора в цій статті необхідно знати про інцидент, який трапився днями раніше за участю кортежу принца Уільяма та його дружини Кейт, у результаті якого постраждала літня жінка, а також потрібно знати про схожу ситуацію, яка трапилася п'ять місяців раніше, коли автомобіль діда принца Філіпа, герцога Единбурзького, зіткнувся з легковиком KIA. Пасажири та водії відбулися легким переляком і невеликими травмами. Задіяння цього контекстуального ресурсу допомагає усунути двозначність слова "duties" у заголовку статті й зрозуміти, що мова не йде про класичні обов'язки членів королівської родини, а лише допомагає підкреслити частотність аварій за участі останніх, які з розряду випадковості перейшли в ряд регулярно повторювальних дій. Використання словосполучень "take on more duties", "take responsibilities very seriously", "take up the job of Royal traffic collision" у поєднанні з контекстуальним ресурсом С, тобто знаннями про нещодавні інциденти за участю принца Філіпа, призвело до інтерпретаційного процесу, давши змогу реципієнту сатири ідентифікувати сатиричні наміри автора й тим самим зменшити інтерпретаційні зусилля та водночас отримати максимальний когнітивний ефект, розпізнавши дисоціативне ставлення сатирика до успадкування внуками тенденції участі в дорожньо-транспортних пригодах.

Контекстуальний ресурс D є тим ввідним контекстом, на основі якого формується інференція наступного висловлення. Фактично кожне попереднє висловлення є контекстуальним ресурсом для інтерпретації наступної порції інформації. Цей контекстуальний ресурс дає змогу зменшити інтерпретаційні зусилля в процесі визначення відсилань та усунення двозначності, тим самим роблячи внесок у формування релевантності висловлення. Наприклад, щоб збагнути імплікації сатиричного висловлення "**Prince Harry warns about the dangers of social media**. – Find out more by following me on Instagram" (PE 19 April – 2 May, 2019, p. 30), реципієнт сатири використовує інформацію з попереднього речення, щоб визначити відсилання слова "more" в наступному реченні, тим самим збагативши декодоване значення речення на експліцитному рівні – "Find out more information about the dangers of social media". Так само імплікації з першого речення (1: соціальні мережі є небезпечні; 2: принц Гаррі знає про певні ризики використання соціальних мереж; 3: принц Гаррі хоче попередити про ці загрози) є контекстуальним ресурсом, до якого апелює читач під час інтерпретації

другого речення, щоб забезпечити достатньо контекстуальних припушень (4: *принц Гаррі сам використовує одну із соціальних мереж*; 5: *якщо слідкувати за стрічкою новин принца Гаррі в соціальній мережі, то можна дізнатися багато інформації про ризики використання соціальних мереж*), які в поєднанні з упорядкованим експліцитним значенням і контекстуальним ресурсом А (знання про те, що людина завжди намагається уникати потенційної небезпеки) дають читачу змогу отримати імпліцитне значення висловлення. Отже, невідповідність між словами принца та його діями дає змогу реципієнту сатири розпізнати критичне ставлення сатирика до об'єкта сатири.

Контекстуальний ресурс Е набуває трішки іншої форми в дослідженні та включає всі невербальні остенсивні стимули, які сатирик використовує, щоб указати на ставлення, яке лежить в основі сатиричного висловлення. Сюди зараховуємо ілюстрації, карикатури та різноманітні графічні елементи, які сатирик використовує для візуальної організації висловлення. Наприклад, після відставки прем'єр-міністра Терези Мей журнал Private Eye випустив номер, де на першій шпальті журналу після слів "*The Prime Minister's legacy in full*" є тільки чистий аркуш і в кінці надпис "*Er...That's it*". Чистий аркуш є тим остенсивним стимулом, який використовується сатириком, щоб указати на відсутність будь-яких значних досягнень Т. Мей за весь період роботи на посаді прем'єр-міністра.



(PE, 31 May – 13 June, 2019)

Контекстуальний ресурс F включає лексико-граматичні прийоми, що слугують підказкою про сатиричний тон мовця. У друкованих медіа цей ресурс реалізується за допомогою повторів лексичних і граматичних структур, а також каламбурів, лексичних і граматичних помилок, вульгаризмів і нецензурної лексики. Розглянемо статтю, яка містить приклади відхилення від лексико-графічних, граматичних і стилістичних норм, які вказують на сатиричний тон автора.

Glenda Slagg

MARK FIELD!!!? Shameonyou!?! What a creepy bully!!!?! (No, we're not doing this piece either. Ed.)

THREE cheers for Sir Mick Jagger!?!?! He's back!?!?! A-jumpin' and a-jackin' and a-flashin'!?!?! Everyone's favourite pouting pensioner is on stage again and looking like a man half his age (ie, 75!?!?) Us gals still love you. Sir Mick, and your hit song "I can't get no statin action". Geddit?!!?!?! The only Stones older than you are the ones at Stonehenge. Geddit!?!?! (PE 28 June – 11 July, 2019, p. 26).

Надмірна кількість розділових знаків упродовж усієї статті, злиття декількох слів уже в першому реченні, уживання вульгаризмів у другому реченні, за яким слідує коментар редактора в дужках, уживання подвійного заперечення, яке є граматичною помилкою, лексична помилка в слові "gals", повтор фрази "Geddit" є прикладами лексико-графічних прийомів, які дають читачу змогу побачити сатиричні інтенції автора, тим самим уберігаючи реципієнта сатири від докладання надмірних інтерпретаційних зусиль.

Отже, коли реципієнт сатири інтерпретує сатиричне висловлення, контекстуальна інформація виявляється несумісною з пропозиційною формою висловлення й запускається процес пошуку альтернативної інтерпретації висловлення. При цьому у випадку сатиричного тексту дуже часто учасники взаємодії звертаються до всіх вищезгаданих контекстуальних ресурсів водночас у паралельному чи лінійному порядку. Однак завдяки спрямованості людської свідомості до максималізації релевантності активація декількох контекстуальних ресурсів водночас не буде тягарем з погляду інтерпретаційних зусиль, а, навпаки, мінімізує ці зусилля, оскільки додаткові контекстуальні ресурси допоможуть спростити процес інтерпретації сатиричних висловлень. Ці контекстуальні ресурси допомагають реципієнту сатири надати прямий доступ до сатиричних інтенцій, цим самим допомагаючи йому уникнути виснажливої двоступеневої інференційної процедури інтерпретації, коли спочатку необхідно інтерпретувати буквальне значення, а вже потому, ідентифікуючи наявність інконгруентності, шукати можливе сатиричне значення. Інтерпретація сатиричного висловлення не обов'язково повинна відбуватися довше, ніж інтерпретація буквального значення, хоча в деяких випадках, якщо контекстуальна інформація є не допоміжною, тобто не цілком очевидною чи її є недостатньо, цей процес може вимагати більше зусиль і, відповідно, більше часу.

Для ілюстрації звернення до декількох контекстуальних ресурсів у паралельному порядку розглянемо ще одну першу шпальту журналу Private Eye.



BORIS: WHY I SHOULD BE PRIME-MINISTER

I really need somewhere to live! (PE 28 June – 11 July, 2019)

Ця пропозиційна форма відповіді на запитання *Чому я повинен бути прем'єр-міністром* суперечить загальноприйнятим нормам, що для того, щоб обіймати таку важливу посаду, кандидат повинен володіти широким спектром умінь і навичок, необ-

хідних для прийняття стратегічно важливих рішень. Він також повинен мати досвід виконання подібних обов'язків і володіти необхідними особистими якостями, такими як добропорядність, чесність, справедливість тощо. Отже, сатирик апелює до *контекстуального ресурсу А*, тобто до загальних фонових знань про критерії вибору кандидатів на ключові державні посади.

Однак у цьому прикладі простежується також звернення до *контекстуальних ресурсів В, D та E*.

Для оформлення аргументації на запитання *Чому саме мені варто бути прем'єр-міністром?* сатирик використав такий графічний засіб виноска, як словесна бульбашка, яка використовується здебільшого в коміксах. Такий спосіб подачі відповіді на запитання є прикладом апеляції до *контекстуального ресурсу В*, тобто використання елементів графічного кліше коміксу як прецедентного жанру. Цей контекстуальний ресурс допомагає виявити сатиричні інтенції автора, не концентруватися на буквальному значенні висловлення *I really need somewhere to live!* і таким чином зменшити інтерпретативні зусилля реципієнта сатири.

Активізація *контекстуального ресурсу D* відбувається на стадії усунення двозначностей при інтерпретації займенника *I*, значення якого ми отримуємо за допомогою інформації, вираженої в попередньому висловленні, тобто *I* – це *Boris Johnson*.

Використання фотографії Б. Джонсона на фоні дверей будинку з номером 10, тобто офіційної адреси резиденції прем'єр-міністра, є яскравим прикладом апеляції до *контекстуального ресурсу E*, адже це фото є додатковим остенсивним стимулом, який також сприяє виявленню інтенцій сатирика й допомагає заощадити інтерпретаційні зусилля, при цьому збільшуючи когнітивний ефект.

Отже, під час інтерпретації цього сатиричного висловлення активувалися 4 контекстуальні ресурси водночас у паралельному порядку, допомагаючи реципієнту сатири виявити дисоціативне ставлення сатирика та ідентифікувати висловлення як сатиричне. Інформація з контекстуальних ресурсів є легкодоступною, тому сприяє виявленню сатиричних інтенцій автора, економлячи інтерпретаційні зусилля та збільшуючи когнітивний ефект.

Висновки. Отже, ми проаналізували активацію контекстуальних ресурсів у медіа дискурсі й визначили, як вони співвідносяться зі статусом сатиричного висловлення, показали, що на практиці можливі випадки, коли водночас задіюються декілька контекстуальних ресурсів, і що така насиченість імпліцитної контекстуальної інформації не обов'язково спричиняє інтерпретаційні труднощі, оскільки ці ресурси є легкодоступними, вони допомагають реципієнту сатири ідентифікувати сатиричні інтенції автора. Сатиричний ефект висловлення посилюється в результаті сукупного функціонування декількох контекстуальних ресурсів.

Література:

1. Блинова Ю.А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Самарский государственный педагогический университет. Самара, 2007. 20 с.
2. Великорода Ю.М. Прецедентні феномени в американському медійному дискурсі (на матеріалі часописів "Time" та "Newsweek") : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2012. 219 с.
3. Гарачковська О.О. Жанрово-стильові модифікації української віршованої сатири й гумору ХХ століття : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.01 / Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2015. 40 с.

4. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 288 с.
5. Найдок О.В. Семантичні та функціональні особливості прецедентних феноменів у німецькомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2009. 24 с.
6. Радзівська Т.В. Сатиричні засоби в художньому творі: комунікативно-прагматичні засади текстотворення. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2011. Т. 14. № 1. С. 114–120. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknl_u_fil_2011_14_1_17.
7. Собокар І.І. Український журнал «Перець» у парадигмі сатиричної публіцистики. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. № 17. С. 109–115.
8. Carpenter H. That was Satire that was: The Satire Boom of the 1960s. London: Victor, 2009. P. 384.
9. Simpson P. On the discourse of satire: Toward a stylistic model of satirical humor. Amsterdam, The Netherlands : John Benjamins Publishing Company, 2003. P. 256.
10. Sperber D., Wilson D. Relevance: Communication and cognition. Oxford : Blackwell, 1995. P. 331.
11. Wilson D., Sperber D. Truthfulness and relevance. UCL working papers in linguistics. Volume 12. London, 2000. P. 215–254.
12. Wilson D., Sperber D. Relevance theory. The handbook of pragmatics. Oxford : Blackwell, 2004. P. 607–632.
13. Wilson D., Deirdre D. Irony and metarepresentation. UCL Working Papers in Linguistics, 2009. P. 183–226.
14. Yus F. Humour and Relevance. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2016.

Yurchyshyn V. The role of contextual sources in interpretation of satirical utterances in British media discourse: linguapragmatic approach

Summary. The article deals with the mechanism of satire interpretation in British media discourse. The material for the research includes texts from British satirical magazine *Private Eye* (2019) covering articles on social and political topics. The aim of the survey is to define the role of contextual sources in satire interpretation in British media discourse. To achieve the aim, we turned to the method of discourse analyses and linguopragmatic analyses. On the basis of P. Simpson's approach to satire and relevance theory this article analyses the role of inference in the process of uncovering hidden meanings of satire and examines the role of situational context and background knowledge in discursive practice between the satirist and the satiree. The study establishes that the satiree turns to contextual information at different stages during interpretation of satirical utterances. Drawing on magazine articles, this study establishes the characteristics of six contextual sources which the reader resorts to while processing satire in British printed media. The study claims that in some cases several contextual sources are activated simultaneously on different stages of satire interpretation, i.e. in disambiguation and in derivation of implicated premises and conclusions to yield both explicatures and implicatures. The article establishes that during interpretation some information from the context is inconsistent with the explicit interpretation of the utterance, which triggers a search for underlying satirical attitude. The study establishes that so much easily accessible contextual information does not necessarily cause difficulties in interpreting satire but helps to increase cognitive effects. Further research in this direction could be done in the examination of interpretational procedures in other satirical genres such as satirical political talk-shows, sitcoms and satirical stand-up comedies.

Key words: satire, discursive practice, relevance theory, situational context, contextual sources.

ЗМІСТ

МОВОЗНАВСТВО

<i>Лучечко Т. М.</i> ВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СІРОГО КОЛЬОРУ В УКРАЇНСЬКИХ ТА АНГЛІЙСЬКИХ ПАРЕМІЯХ.....	4
<i>Малишівська І. В., Близнюк Т. О.</i> ЕКСПРЕСИВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕТЕРМІНОЛОГІЗОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В РОМАНІ ГЕРБЕРТА ВЕЛЛСА «МАШИНА ЧАСУ».....	8
<i>Маторіна Н. М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ Й ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ «КОРОНАВІРУСНОЇ» ЛЕКСИКИ І ФРАЗЕОЛОГІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ.....	11
<i>Makhachashvili R. K., Semenist I. V.</i> ONTOLOGICAL PREMISES OF GLOBAL INNOVATIVE LOGOSPHERE OF COMPUTER BEING STRUCTURE (BASED ON EUROPEAN AND ORIENTAL LANGUAGES).....	16
<i>Mintsys E. Ye., Mintsys Yu. B., Pavliuk I. B.</i> DIMINUTIVE-BASED COMMISSIVE SPEECH ACTS IN CHILDREN'S PROSE DOMAIN.....	22
<i>Монастирська Л. В.</i> НАТОВП ЯК ДИСКУРСИВНА СПІЛЬНОТА.....	26
<i>Москвичова О. А.</i> ФРЕЙМОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ХУДОЖНІХ КОНЦЕПТІВ У СКЛАДІ ФРАКТАЛЬНОЇ ПОЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ СВІТУ.....	29
<i>Muradkhanian I. S., Hladkoskok L. H., Semen H. Ya.</i> MODERN MUSIC PROFESSIONALLY LIMITED VOCABULARY IN THE SYSTEM OF THE ENGLISH LANGUAGE.....	33
<i>Надольська Ю. А., Вишнева-Ільїна К. С.</i> ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ.....	38
<i>Назаренко О. В.</i> НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ СИМВОЛІКИ КОЛЬОРІВ В УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ.....	43
<i>Ніколаєва Н. М.</i> СПОСОБИ УТВОРЕННЯ КОМПОЗИТІВ ІЗ КОЛІРНИМ КОМПОНЕНТОМ <i>SCHWARZ</i> У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ.....	47
<i>Паук М. М.</i> ЧИСЛІВНИК У РОЛІ ОБМЕЖУВАЧА В УКРАЇНСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЯХ.....	51
<i>Пілячич Н. Є., Троценко О. Я.</i> МЕТАФОРІЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ <i>EUROPEAN UNION</i> У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	55
<i>Підлубна О. М.</i> ПРОБЛЕМИ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС РАДІОБМІНУ У СТАНДАРТНИХ ТА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	58
<i>Пікалова А. О.</i> «ГУМОРИСТ» ЯК ТИП «ЕМОТИВНОГО-Я» ІДЕНТИЧНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ДИТЯЧОГО ПОЕТА.....	62
<i>Полонская И. П.</i> КОНВЕРСИЯ И СОКРАЩЕНИЕ КАК СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ПРОИЗВОДНЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	68

<i>Пономаренко О. В., Павліченко Л. В.</i> ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРС 2020: ЕВОЛЮЦІЯ ЧИ РЕВОЛЮЦІЯ? (ЗМІНИ ГЕРМАНО- ТА РОМАНОВОМВНОГО ДД ПІД УПЛИВОМ ПАНДЕМІЇ)	72
<i>Потапова О. В.</i> ЕВФЕМІЗАЦІЯ НАЗВ ПРОФЕСІЙ СИЛОВИХ СТРУКТУР У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	76
<i>Преснер Р. Б., Котенко М. В.</i> ВЕРБАЛЬНІ ІНФОРМАЦІЙНО-МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ ПРОТИДІЇ	79
<i>Pronina H. M., Abramova O. O.</i> PRODUCTIVE MEANS OF WORD-FORMATION IN THE MODERN LANGUAGE OF AMERICAN SOCIAL WEBS, INTERNET PLATFORM YOUTUBE AND MESSENGERS	84
<i>Редька І. А.</i> ЕМОТИВНІСТЬ АНГЛОМОВНОГО СОНЕТА: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ ВІРШОВАНИХ ТЕКСТІВ ДЖ. КІТСА “TWO SONNETS ON FAME”)	88
<i>Рожкова І. Г.</i> ГРЕЦЬКІ АНТИЧНІ МОТИВИ В ТВОРЧОСТІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ТА ЇХ ТЛУМАЧЕННЯ З ПОГЛЯДУ НЕОЕЛЛІНІСТИКИ	92
<i>Романюк І. В.</i> ВЕРБАЛЬНІ ПРОЯВИ АГРЕСІЇ В КОНФЛІКТНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ	97
<i>Рудь О. М.</i> СКЛАДНІ ПРИКМЕТНИКИ ЯК ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ОБРАЗУ УКРАЇНИ	100
<i>Руснак Ю. М.</i> СЕМАНТИКО-СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРИСЛІВНИКІВ ЧАСУ У МАЛІЙ ПРОЗІ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ	104
<i>Sandyha L. O., Sviatiuk Yu. V.</i> ENGLISH NEOLOGISMS IN TOURISM	108
<i>Светлічна А. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ МИТНИХ ДОКУМЕНТІВ	112
<i>Селезньова Р. В., Сапун К. В.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ	115
<i>Семеряко О. В.</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ЧОРНИЙ КОЛІР» У ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ	118
<i>Ситник І. В.</i> ДИСКУРС В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ	123
<i>Січкач С. А., Денисюк І. А.</i> АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	127
<i>Снегурова Т. А.</i> НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ОБЩЕНИИ	132
<i>Соколец І. І., Ханікіна Н. В.</i> МОТИВАЦІЙНА ОСНОВА ДІЄСЛІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ЛЮБОВІ/КОХАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА УГОРСЬКІЙ МОВАХ	136
<i>Сологуб Л. В.</i> КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНІ ТА МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ ПЕРЕДМОВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ «ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ЧАЙНИКІВ»)	142
<i>Soroka T. V.</i> DICTIONARY ENTRY AS A MEANS OF EXPLICIT EXPRESSIVENESS OF AN AXIOMEN SEMANTIC STRUCTURE	146
<i>Спотар-Аяр Г. Ю., Яницька І. Ю.</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕЛІГІЙНИХ ЛЕКСЕМ У КОМПЛІМЕНТАХ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ	150

<i>Столярова А. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПАНДЕМІЇ НОВОЇ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ У ГРЕЦЬКИХ ЗМІ.....	156
<i>Ткаченко Н. В.</i> ОНІМНИЙ ПРОСТІР ПОЕЗІЙ М. БРАЦИЛО (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ «Я ЗРОДУ ТУТ ЖИВУ...»)	160
<i>Томусяк А. О.</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКИХ ІНТЕНЦІЙ ФІГУРАЛЬНО-РИТОРИЧНИМИ СИНТАКСИЧНИМИ ЗАСОБАМИ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ	165
<i>Холоденко О. В., Панов С. Ф., Смольнікова О. Г.</i> ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ЗВО В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	169
<i>Хоменко Т. А.</i> МОВНА КАРТИНА СВІТУ ДАВНІХ ГЕРМАНЦІВ: ОБРАЗ ВОЇНА	173
<i>Чаюк Т. А., Борисович О. В.</i> СПОСОБИ ТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ	177
<i>Chetverikova O. R.</i> ADVERTISING COMMUNICATION IN CULTURAL ENVIRONMENT	181
<i>Чорноус О. В.</i> КЛАСИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ЗНАЧЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У ЗАРУБІЖНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ	185
<i>Шаповал О. В.</i> МІМЕТИЧНА ЛЕКСИКА ЯПОНСЬКОЇ МОВИ	189
<i>Шерстюк О. І.</i> ПОХОДЖЕННЯ МОРСЬКИХ ТЕРМІНІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	193
<i>Шипович М. В., Ігнатюла А. А., Данченко О. Б.</i> СЕМАНТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВІДМІНКІВ ІМЕННИКА В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	198
<i>Шмуля Л. В.</i> МОВНА КАРТИНА СВІТУ РОК-ПОЕЗІЇ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ	202
<i>Юрчишин В. М.</i> РОЛЬ КОНТЕКСТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ САТИРИЧНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ У БРИТАНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ ПІДХІД	206

CONTENTS

LINGUISTICS

<i>Luchechko T.</i> VERBAL REPRESENTATION OF <i>GREY COLOUR</i> IN UKRAINIAN AND ENGLISH PROVERBS.....	4
<i>Malyshevskaya I., Blyznyiuk T.</i> EXPRESSIVE-STYLISTIC PECULIARITIES OF DETERMINOLOGISED VOCABULARY IN HERBERT WELLS' NOVEL "TIME MACHINE".....	8
<i>Matorina N.</i> THEORETICAL AND APPLIED PROBLEMS OF "CORONAVIRUS" VOCABULARY AND PHRASEOLOGY IN THE CONTEMPORARY UKRAINIAN LANGUAGE.....	11
<i>Makhachashvili R. K., Semenist I. V.</i> ONTOLOGICAL PREMISES OF GLOBAL INNOVATIVE LOGOSPHERE OF COMPUTER BEING STRUCTURE (BASED ON EUROPEAN AND ORIENTAL LANGUAGES).....	16
<i>Mintsy E. Ye., Mintsy Yu. B., Pavliuk I. B.</i> DIMINUTIVE-BASED COMMISSIVE SPEECH ACTS IN CHILDREN'S PROSE DOMAIN.....	22
<i>Monastyrova L.</i> CROWD AS A DISCOURSE COMMUNITY.....	26
<i>Moskvichova O.</i> THE FRAME MODELLING OF LITERARY CONCEPTS IN THE FRACTAL POETICAL MODEL OF THE WORLD.....	29
<i>Muradkhanian I. S., Hladkoskok L. H., Semen H. Ya.</i> MODERN MUSIC PROFESSIONALLY LIMITED VOCABULARY IN THE SYSTEM OF THE ENGLISH LANGUAGE.....	33
<i>Nadolska Yu., Vysheva-Ilyina K.</i> INFO-MEDIA LITERACY IN CONTEXT OF SCHOOL EDUCATION.....	38
<i>Nazarenko O.</i> NATIONAL CULTURAL CONTEXT OF COLOR SYMBOLISM IN UKRAINIAN PHRASEOLOGICAL UNITS.....	43
<i>Nikolaieva N.</i> METHODS FOR THE FORMATION OF COLORONYM WITH A COLOUR COMPONENT <i>SCHWARZ</i> IN A GERMAN LANGUAGE JOURNALISTIC TEXT.....	47
<i>Pauk M.</i> NUMERAL WITH THE ROLE OF A RESTRICTOR IN UKRAINIAN PROVERBS.....	51
<i>Pyliachyk N., Trotsenko O.</i> METAPHORIC REPRESENTATION OF THE CONCEPT <i>EUROPEAN UNION</i> IN A MODERN ENGLISH DISCOURSE.....	55
<i>Pidlubna O.</i> LANGUAGE-RELATED COMMUNICATIONS CHALLENGES DURING RADIO COMMUNICATION IN STANDARD AND EMERGENCY SITUATIONS.....	58
<i>Pikalova A.</i> "HUMORIST" AS A TYPE OF "EMOTIVE-I" OF THE IDENTITY OF THE ENGLISH- LANGUAGE CHILDREN'S POET.....	62
<i>Polonskaya I.</i> CONVERSION AND SHORTENING AS WAYS OF FORMING DERIVATIVES IN MODERN ENGLISH.....	68
<i>Ponomarenko O., Pavlichenko L.</i> DIPLOMATIC DISCOURSE 2020: EVOLUTION OR REVOLUTION? (CHANGES OF THE GERMANIC AND ROMANIC DD DURING THE PANDEMIC PERIOD).....	72

<i>Potapova O.</i> EUPHEMIZATION IN JOB NOMINATIONS OF SECURITY MINISTERS IN MODERN ENGLISH.....	76
<i>Presner R., Kotenko M.</i> VERBAL MANIPULATIVE TECHNICS AND WAYS OF COUNTERACTING THEM.....	79
<i>Pronina H. M., Abramova O. O.</i> PRODUCTIVE MEANS OF WORD-FORMATION IN THE MODERN LANGUAGE OF AMERICAN SOCIAL WEBS, INTERNET PLATFORM YOUTUBE AND MESSENGERS.....	84
<i>Redka I.</i> EMOTIVENESS OF ENGLISH SONNET: THE COGNITIVE ASPECT (A STUDY OF “TWO SONNETS ON FAME” BY J. KEATS).....	88
<i>Rozhkova I.</i> ANCIENT GREEK MOTIVES IN SHEVCHENKO’S WORKS AND THEIR INTERPRETATION BY MODERN GREEK LINGUISTIC.....	92
<i>Romanyuk I.</i> THE VERBAL AGGRESSION IN CONFLICT DIALOGUE DISCOURSE.....	97
<i>Rud O.</i> COMPLEX ADJECTIVES AS A MEANS OF VERBALIZING THE IMAGE OF UKRAINE.....	100
<i>Rusnak Yu.</i> SEMANTIC AND STRUCTURAL FEATURES OF TIME ADVERBS IN OLGA KOBYLYANSKA’S SHORT PROSE.....	104
<i>Sandyha L. O., Sviatiuk Yu. V.</i> ENGLISH NEOLOGISMS IN TOURISM.....	108
<i>Svietlichna A.</i> FEATURES OF EXPRESSION OF MODALITY IN THE TEXTS OF ENGLISH CUSTOMS DOCUMENTS.....	112
<i>Seleznova R., Sapun K.</i> RESEARCH OF JOURNAL TOURIST VOCABULARY.....	115
<i>Semeriako O.</i> VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF “BLACK COLOR” IN PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE KOREAN LANGUAGE.....	118
<i>Sytnyk I.</i> DISCOURSE STUDIES IN MODERN LINGUISTICS.....	123
<i>Sichkar S., Denysiuk I.</i> ALGORITHM FOR THE DEVELOPMENT OF EMOTIONAL COMPETENCE AND EMOTIONAL INTELLIGENCE BY MEANS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE.....	127
<i>Snigurova T.</i> NON-VERBAL MEANS IN PEDAGOGICAL COMMUNICATION.....	132
<i>Sokolets I., Khanykina N.</i> MOTIVATIONAL BASIS OF VERBS DENOTING PSYCHO-EMOTIONAL STATE OF <i>BEING IN LOVE/FEELING AFFECTION</i> IN UKRAINIAN AND HUNGARIAN LANGUAGES.....	136
<i>Solohub L.</i> COGNITIVE-RHETORIC AND LANGUAGE FEATURES OF AUTHORS’ INTRODUCTIONS (BASED ON ENGLISH “LITERATURE FOR DUMMIES”).....	142
<i>Soroka T. V.</i> DICTIONARY ENTRY AS A MEANS OF EXPLICIT EXPRESSIVENESS OF AN AXIOMEN SEMANTIC STRUCTURE.....	146
<i>Spotar-Ayar G., Yanytska I.</i> FUNCTIONING OF SACRED WORDS IN COMPLIMENTS OF MODERN TURKISH LANGUAGE.....	150

<i>Stolyarova A.</i> LANGUAGE PECULIARITIES IN THE REPRESENTATION OF THE NEW CORONAVIRUS INFECTION PANDEMIC IN GREEK MEDIA.....	156
<i>Tkachenko N.</i> THE ONYM SPACE OF M. BRATSYLO'S POETRY (ON THE MATERIAL OF THE VOLUME "I AM LIVING HERE...").....	160
<i>Tomusiak A.</i> VERBALIZATION OF AUTHORIAL INTENTIONS BY FIGURATIVE-RHETORICAL SYNTACTIC MEANS IN THE AMERICAN LITERARY TEXT.....	165
<i>Kholodenko O., Panov S., Smolnikova O.</i> FORMATION OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGE LEARNING.....	169
<i>Khomenko T.</i> LANGUAGE WORLD VIEW OF ANCIENT GERMANS: WARRIOR IMAGE.....	173
<i>Chaiuk T., Borysovyh O.</i> WAYS OF FORMING OF ENGLISH-LANGUAGE JURIDICAL TERMS.....	177
<i>Chetverikova O. R.</i> ADVERTISING COMMUNICATION IN CULTURAL ENVIRONMENT.....	181
<i>Chornous O.</i> CLASSIC APPROACHES TO THE SEMANTICS OF PROPER NAMES IN FOREIGN STUDIES.....	185
<i>Shapoval O.</i> JAPANESE MIMETICS.....	189
<i>Sherstiuk O.</i> THE ORIGIN OF MARITIME TERMS IN THE ENGLISH LANGUAGE.....	193
<i>Shypovych M., Ihnatolia A., Danchenko O.</i> SEMANTICAL FUNCTIONS OF NOUNS IN THE UKRAINIAN LANGUAGE.....	198
<i>Shmulia L.</i> LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD OF THE 1990s ROCK-POETRY: LINGUISTIC PECULIARITIES.....	202
<i>Yurchyshyn V.</i> THE ROLE OF CONTEXTUAL SOURCES IN INTERPRETATION OF SATIRICAL UTTERANCES IN BRITISH MEDIA DISCOURSE: LINGUAPRAGMATIC APPROACH.....	206

НОТАТКИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: ФІЛОЛОГІЯ

Науковий збірник

№ 46 том 2, 2020

Серію засновано у 2010 р.

Коректор – Вишнякова Я.І.

Комп'ютерна верстка – Кузнєцова Н.С.

Підписано до друку 30.12.2020 р. Формат 60x84/8. Обл.-вид. арк. 30,33, ум. друк. арк. 25,34.
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 200 примірників. Замовлення № 0321/122.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6424 від 04.10.2018 р.)

65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1

Тел. +38 (048) 709 38 69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua