

Міністерство освіти і науки України
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Факультет іноземної філології

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Науковий журнал

№ 7

Луцьк
2017

Рекомендовано до друку Вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 19 від 26 грудня 2017 р.)

Редакційна колегія

Біскуб Ірина Павлівна, доктор філологічних наук, професор, головний редактор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Ажнюк Богдан Миколайович, доктор філологічних наук, професор (Національна академія наук України, Інститут мовознавства імені О. Потебні);
Андрейчук Надія Іванівна, доктор філологічних наук, професор (Львівський національний університет імені Івана Франка);
Данилюк Ніна Олексіївна, доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Жуйкова Маргарита Василівна, доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Загнітко Анатолій Панасович, доктор філологічних наук, професор, член-кореспондент НАН України (Донецький національний університет);
Застровська Софія Олександрівна, кандидат філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Зигмунт Томаш, доктор філології (Інститут неології, Вища професійна школа в м. Холмі, Республіка Польща);
Корсетті Ренато, професор факультету медицини і психології (Університет "La Sapienza", Італія);
Макарук Лариса Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент, куратор Наукового товариства аспірантів і студентів факультету іноземної філології, відповідальний секретар (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Мірченко Микола Васильович, доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Моклиця Марія Василівна, доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Осадчий Володимир, доктор політичних наук, професор (Католицький університет Іоана Павла II, м. Люблін, Республіка Польща);
Павлюк Алла Борисівна, кандидат філологічних наук, доцент (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Помірко Роман Семенович, доктор філологічних наук, професор (Львівський національний університет імені Івана Франка);
Рогач Оксана Олексіївна, кандидат філологічних наук, доцент (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Рошко Михайло Михайлович, кандидат філологічних наук, доцент (Ужгородський національний університет);
Станіслав Ольга Вадимівна, кандидат філологічних наук, доцент (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Товарес Алла, кандидат філологічних наук, доцент (Говардський університет, м. Вашингтон, США);
Ущина Валентина Антонівна, доктор філологічних наук, професор (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);
Фаузер Маріус, доктор філології (Університет м. Фехти, Федеративна Республіка Німеччина).

Рецензенти

Гудманян Артур Грантович, доктор філологічних наук, професор (Київський національний авіаційний університет);
Зацний Юрій Антонович, доктор філологічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України (Запорізький національний університет);
Княк Тарас Романович, доктор філологічних наук, професор (Київський національний університет імені Тараса Шевченка).

Журнал є науковим фаховим виданням України, у якому публікують результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора чи кандидата наук (див. додаток до наказу Міністерства освіти і науки України від 16 травня 2016 р. № 515).

Актуальні питання іноземної філології : наук. журн. / [редкол. : І. П. Біскуб (гол. ред.) та ін.]. – Луцьк : Східноєвроп. А 43 нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2017. – № 7. – 178 с.

Науковий журнал містить статті, які досліджують актуальні питання сучасної іноземної філології (дискурсознавства, лексичної семантики, лінгвокультуроології, літературознавства, термінознавства, лінгвістики тексту, лексикології, когнітивної, комунікативної та прикладної лінгвістики).

Для науковців, викладачів, аспірантів і студентів факультетів іноземних мов вищих навчальних закладів й академічних установ.

This journal is a scientific periodical of the Foreign Philology Institute of the Lesya Ukrainka Eastern European National University. It includes the articles which are related to current issues of modern linguistics (discourse studies, semantics, language and culture studies, terminology, text studies, lexicology, cognitive, communicative and applied linguistics).

The target audience is scientists, teachers, postgraduates and students of the foreign philology faculties of higher educational establishments and academic institutions.

**УДК 81'33(062.552)
ББК 81.1я54**

© Линник Ю. М. (обкладинка), 2017
© Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2017

Зміст

Бойчук Валентина Прагматичні особливості песимістичних висловлень.....	5
Бондар Тетяна, Склянчук Оксана Вербалізація концепту КАТАСТРОФА / CATASTROPHE в українській та англійській мовах	11
Веремійова Анна Ідеологема оповідань “Циклу незримого” Е.-Е. Шмітта на прикладі оповідань “Мсьє Ібрагім і квіти Корану”, “Оскар і Рожева Пані”, “Борець сумо, який ніяк не міг погладшати”, “Дитя Ноя”	16
Vorobiova Tetiana, Smalko Liudmyla Translator Training: Teaching Creativity in Translation Creatively.....	22
Гедз Світлана Лексико-семантичні та прагматичні характеристики питальних речень змішаного типу в сучасній англійській мові.....	29
Грибок Олена Вираження імпліцитності стереотипів у побутовому дискурсі.....	34
Дережицька Тетяна Чинники детермінованості авто- та гетерообразів у романі Джорджа Орвелла “Бірманські дні”	39
Дмитрасевич Наталя Способи вираження емоційно-оцінного значення найменувань-ідентифікаторів у художньому тексті (на матеріалі французької мови)	45
Добжанська-Найт Наталія, Луць Світлана Спеціалізований текст як об’єкт машинного перекладу (порівняльний аналіз).....	50
Єфимчук Галина Соціокультурні чинники формування концепту ARROGANCE у британській картині світу	58
Засскін Сергій, Іскра Ірина Способи відтворення мови ельфів у перекладах трилогії Дж. Р. Р. Толкіна “Володар перснів”	63
Кащишин Наталія Емотивність як невід’ємна дискурсивна категорія сучасного англомовного дипломатичного дискурсу.....	66
Кінах Ліліана Лінгвокультурні особливості народних прикмет у німецькій мові	73
Ковальчук Олена Семантичні зміни у власних назвах	78
Коляда Еліна Семантика англійських фразеологізмів на позначення маскулінності.....	84
Крарівчук Ганна Mythological Element in the Detective Genre.....	89
Крисанова Тетяна Інтерсуб’єктивність емоцій у кінодискурсі.....	96
Кульчицька Олена Використання методів гібридної семантики в аналізі пейоративів	103
Кушнерук Світлана Термінологічна насиченість англомовних публіцистичних текстів екомаркетингу.....	110
Линник Юрій, Гриб Мар’яна Оцінка ефективності використання семантичних пошукових систем у газетному дискурсі (на прикладі семантичної пошукової системи “DuckDuckGo”)	116

Лісінська Тетяна, Врона Тетяна	
Етимологія та функціонування термінів сфери туризму.....	122
Макарук Лариса	
Антропологія писемної комунікації.....	127
Павлюк Алла, Рогач Оксана, Гарсієва Діана	
Компліментарні висловлювання з позитивною оцінкою чоловіків і жінок періоду вікторіанської доби (на матеріалі твору Джейн Остін “Pride and Prejudice”).....	133
Передон Наталія	
Тактики імпліцитної актуалізації згоди у структурі кооперативної стратегії комуніканта-об’єкта примирення.....	137
Рогач Оксана	
Типи паремій та принципи їхньої класифікації.....	143
Розенгарт Юлія	
Лінгвальний профіль англomовного політика-неправдомовця.....	149
Семенюк Тетяна	
Лінгвокультурні та етноспецифічні цінності німецької лінгвоспільноти крізь призму когнітивно-семантичного аналізу комерційної реклами.....	154
Скобнікова Оксана	
Психолінгвістичний аналіз концепту “Family”.....	161
Сурмач Ольга	
Психолінгвістична інтерпретація результатів асоціативного експерименту на слово-стимул MONEY в англійській мові.....	165
Чорній Раїса	
Назва та художнє оформлення як шифр до декодування роману Кетрін Стокетт “Прислуга”.....	171
Відомості про авторів.....	177

УДК 811.111'367:141.22

Валентина Бойчук

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕСИМІСТИЧНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ

У статті досліджено прагматичні чинники, які визначають особливості комунікативної поведінки песиміста. Виявлено структурні особливості песимістичного мовленнєвого акту, чотирирівнева структура якого традиційно представлена локутивним, іллокутивним, пропозиційним та перлокутивним актами. Локутивний акт полягає в озвученні мовцем песимістичних диспозицій, атрибутів та настроїв. Встановлено, що основними іллокуціями мовця-песиміста є такі: інформування адресата про песимістичне бачення ситуації, у якій опинилися співрозмовники; інформування адресата про песимістичну самооцінку комуніканта-песиміста; підтвердження песимістичного світобачення адресанта; отримання психологічної підтримки від адресата; вираження песимістичного настрою, зумовленого і внутрішніми диспозиціями, і зовнішніми причинами; передача емоційного стану адресанта. Беручи до уваги інформаційно-кодову модель комунікації, пропозиційний складник песимістичного мовленнєвого акту, який є відчленованим від суб'єктивного змісту показником судження, описано в термінах предметного й акціонального фреймів. З'ясовано перлокутивні цілі мовця-песиміста: спонукати адресата змінити світоглядні настанови; спонукати адресата до зміни поведінки; нав'язати свою суб'єктивну думку; здійснити емоційний вплив на адресата; змінити психологічний стан і настрої адресата шляхом породження сумніву, невпевненості, безнадії, недовіри, розчарування та інших психологічних станів та емоційних реакцій, які актуалізують якісні ознаки песимізму. Виявлено, що можливість експліцитного вираження в поверхневій структурі мовленнєвого акту показника прагматичного компонента значення лежить в основі інтерпретації характеру його іллокутивної сили. Доведено, що у прямих песимістичних мовленнєвих актах адресант експлікується у формі особового займенника першої особи *I*, а іллокутивна сила відображає пропозиційний зміст висловлення, котрий передають лексеми-ідентифікатори песимізму. Прагматичний компонент непрямих песимістичних мовленнєвих актів – імплікований.

Ключові слова: песимістичне висловлення, мовленнєвий акт, іллокуція, пропозиційний акт, перлокутивна мета.

Постановка наукової проблеми та її значення. Основа комунікативної поведінки песиміста – мовленнєва діяльність, вивчення якої неможливе без урахування прагматичних та дискурсивних чинників. Дискурсивно-прагматичний підхід до вивчення мовних явищ фокусує увагу на тому, як мова використовується людьми в елементарних мовленнєвих актах та в складних комунікативних подіях, таким чином включаючись у соціально-комунікативну взаємодію людей [12, с. 10].

Центр мовленнєвого складника комунікативної поведінки песиміста – песимістичне висловлення (далі – ПВ), що з погляду мовленнєвого статусу є окремим мовленнєвим актом, у якому вербалізується песимістичне світобачення мовця. Оскільки одним із завдань прагматики є дослідження загальних принципів інтерпретації мовленнєвих актів, зокрема інтерпретації наміру мовця [10, с. 60], проблема інтерпретації наміру мовця-песиміста полягає в адекватному декодуванні ПВ.

Аналіз досліджень цієї проблеми. На сьогодні в межах комунікативного підходу до дослідження механізмів відображення емоцій, емоційних станів та почуттів у мові й у мовленні з'ясовано прагматичні особливості низки емотивно маркованих висловлень: презирства [2], радості [4], емпатії [5], інтересу [7], осуду [13] та ін. Песимізм як світоглядний конструкт, що впливає на характер вербального та невербального вираження емоцій, зумовлює формування окремого типу комунікативної поведінки, один із кроків на шляху дослідження котрої є прагмасемантичний аналіз песимістичних висловлень.

Мета статті – виявлення прагматичних чинників, які визначають основні параметри комунікативної поведінки песиміста. Сформульована мета передбачає виконання таких **завдань**: 1) з'ясувати структурні особливості песимістичного мовленнєвого акту; 2) виявити основні іллокуції мовця-песиміста; 3) описати пропозиційний складник песимістичного мовленнєвого акту; 4) визначити перлокутивні цілі мовця-песиміста.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Елементарна мовленнєва дія, яка набуває форми мовленнєвого акту (далі – МА), як правило, співвідноситься з реченням – мовною одиницею, що має свою структуру, семантику і прагматику [9]. Тому в центрі нашої уваги перебувають мовленнєві акти, для яких характерна реалізація песимістичних інтенцій мовця саме в межах речення.

Згідно з традиційним розумінням структури МА [11], вважаємо, що здійснюючи МА, мовець-песиміст вдається до: 1) локутивного акту, який є озвученням ПВ; 2) іллокутивного акту, що вказує на комунікативну мету мовця-песиміста; 3) пропозиційного акту, який як повідомлення про ситуацію, в котрій перебуває мовець-песиміст, характеризується істинністю і несуперечливістю; 4) перлокутивного акту, що полягає в навмисному впливі мовця-песиміста на адресата, досягненні певного результату (перлокутивного ефекту).

Домінантним складником наведеної вище структури є іллокутивний акт, онтологічними ознаками якого є вербальна основа, залученість у систему соціальної діяльності, усвідомленість, цілеспрямованість, спрямованість на партнера в комунікації, творчий характер, конвенціональність, пропозиціональність, успішність/неуспішність здійснення [1, с. 161]. Сутність іллокутивного акту відображається в мовленнєвому акті як його іллокутивна сила або іллокутивна функція. Мета мовця, втілена в іллокуції, як словесному виразнику наміру мовця, якою визначаються відношення мовця і світу речей, що встановлюються мовленнєвим актом, відіграє вирішальну роль у визначенні іллокутивної сили висловлення [8, с. 76–84].

Проведений прагмасемантичний аналіз ПВ дозволяє виокремити такі іллокуції мовця-песиміста:

1) інформувати адресата про песимістичне бачення ситуації, у якій опинилися співрозмовники.

“You see, this is getting harder. We should have studied it better. I think we’ll be getting lost once outside,” Jessica said pessimistically (J. Schmoke, p. 248).

У наведеному прикладі адресант, метою якого є інформувати адресата про песимістичне ставлення до подій, що відбуваються, передбачає негативний розвиток ситуації в майбутньому, одночасно докоряючи себе за певні прорахунки, що призвели до цієї ситуації. Це дозволяє стверджувати, що ці МА вказують на реалізацію песимізму як атрибутивного стилю.

2) Інформувати адресата про песимістичну самооцінку комуніканта-песиміста.

“...I’m a pessimist.”

“A german pessimist!”

“A pessimist. I’m a new sort of pessimist. I think I’m the sort that will go down.”

(L. Wyndham, p. 13).

Повна песимістична автохарактеризація адресанта, фокусом якої є лексема-ідентифікатор песимізму *pessimist*, вказує на диспозиційний песимізм мовця, який вважає за необхідне інформувати адресата про свою песимістичну акцентуацію.

3) Підтвердити песимістичне світобачення адресанта.

“Do you think he’s really taking us to the tablet?” Omnal whispered pessimistically to Ryon while Achendo was busy hacking away at one such spot (J. S. Barrett, p. 251).

Використання мовленнєвого кліше у формі загального запитання *Do you think* та ЛО *really* вказує на недовіру та невпевненість адресанта і його намір упевнитись у підтримці своїх песимістичних очікувань.

4) Отримати психологічну підтримку від адресата.

“What do we do?” Courtney asked pessimistically. “Nobody is coming now. If they were, they’d be here. It’s up to us.” (R. Richdale, p. 98)

Клішоване спеціальне запитання *“What do we do?”*, відображаючи цілий спектр якісних ознак песимізму (невпевненість, розпач, безнадія, недовіра, невіра та ін.), у підсумку вказує на намір мовця переконатись у можливості отримати психологічну підтримку від співрозмовника.

5) Виразити песимістичний настрій, зумовлений і внутрішніми диспозиціями, і зовнішніми причинами.

Hackett, continuing in his pessimistic mood, said, "Well, I just hope we don't bump into Iron Man while we're out in Colorado. People have a habit of dying when he's around." (V. Flynn, p. 185).

Проілюстрований приклад демонструє бажання адресанта омовнити свій песимістичний настрій (*Well, I just hope we don't*), викликаний внутрішніми причинами (*pessimistic mood*) та зовнішніми обставинами (*bump into Iron Man while we're out in Colorado. People have a habit of dying when he's around.*)

6) Передати емоційний стан адресанта.

"If we can find the ship in this storm!" Birkett said pessimistically. How the devil would we ever find it if we had no compass?" (Wilbur S. Peacock, p. 5).

Прагнення мовця виразити свій емоційний стан у вищенаведеному прикладі відображено вживанням риторичного запитання, умовного способу та пейоративної лексики (ЛЮ *devil*).

Пропозиційний акт, як базовий і дескриптивний елемент будь-якого мовленнєвого акту, є відчленованим від суб'єктивного змісту показником судження. Беручи до уваги інформаційно-кодову модель комунікації, вважаємо можливим описати пропозиційний складник ПВ у термінах предметного й акціонального фреймів [3], крім того, обидва з них демонструють тенденцію до варіювання своїх пропозиційних схем:

а) предметний фрейм (кваліфікативна схема та схема способу буття).

[ХТОСЬ/ЩОСЬ] Є/ІСНУЄ] ТАКИМ ЧИНОМ] ТАКИМ/ТАК]

Наприклад:

"It won't be any good," the boy said pessimistically (A. E. Martin, p. 31);

б) акціональний фрейм.

[ХТОСЬ/ЩОСЬ] ДІЄ] ТАКИМ ЧИНОМ] З ТАКОЮ МЕТОЮ] ТУДИ] ТУТ] ЗВІДКИ] З ТАКОЇ ПРИЧИНИ] З ТАКИМ РЕЗУЛЬТАТОМ].

Наприклад.

"Will this episode affect my commitment to your son's education Your Excellency?" he asked pessimistically (D. Fawkes, p. 158).

Перлокуція полягає в здійсненні мовленнєвого впливу на інформаційний стан адресата, його настрої, плани, бажання, волю, якого мовець інтенційно досягає, здійснюючи локутивний та іллокутивний акти [6, с. 163]. Це зовнішня мета висловлення, його спрямованість на посткомунікативний ефект. Проте, зауважимо, що ця спрямованість не виводить перлокутивний акт за межі мовленнєвого акту. Перлокутивний акт – це частина мовленнєвого акту мовця, а не посткомунікативна дія адресата [12, с. 111].

Унаслідок прагмасемантичного аналізу ПВ виокремлено такі перлокутивні цілі мовця-песиміста:

1. Спонукувати адресата змінити світоглядні настанови.

Vicky gazed out over the ocean. "It is looking beautiful, Shiley; a world as yet unspoiled."

Kevin huffed with a smile. "Just wait until humanity gets their hands on it," he mumbled pessimistically – his statement supported be acknowledging gestures from Jamie (Chris J. Berry, p. 73).

Наведений приклад демонструє наміри мовця переконати адресата змінити сприйняття реальності й зрозуміти, що людство – головна причина всіх світових негараздів та проблем (краса океану залишиться незайманою доти, поки людина не втручається у перебіг подій). Вербалізуючи таким чином безнадію та невпевненість у майбутньому, адресант спонукає адресата до зміни своїх світоглядних настанов.

2. Спонукувати адресата до зміни поведінки.

"I never put mushrooms in a salad in my life," I said indignantly. "Well, can't even tell when you're going to start," Laurie said pessimistically (Sh. Jackson, p. 363).

Висловлюючи недовіру та сумнів у реалізації певної дії (*Well, can't even tell*), адресант водночас демонструє переконаність, що раніше чи пізніше ця дія здійсниться (*you're going to start*). Маніпулюючи таким чином свідомістю співрозмовника, адресат спонукає його до підсвідомої зміни поведінкових реакцій.

3. Нав'язати свою суб'єктивну думку.

"He's in the library? Well, that's the last we'll see of him today," Margaret said pessimistically (W. R. Gingell, p. 215).

Упевненість адресанта в негативному сценарії перебігу майбутніх подій (*the last we'll see of him today*) спричинена особистим негативним попереднім досвідом (*He's in the library?*), що сприяв формуванню песимізму як атрибутивного стилю, призводить до бажання вплинути на адресата, нав'язавши йому свою суб'єктивну думку про певну особу, подію або ситуацію.

4. Здійснити емоційний вплив на адресата.

"I guess it depends on what they have to say providing no one was killed. Broken bones and they may not talk. A bullet hole in the head and we're looking at a full fledged murder investigation," I added pessimistically, as is my nature (L. Smith, p. 528).

Наведений вище приклад песимістичного МА – зразок експлікації негативних очікувань адресанта, вербалізація яких (*A bullet hole in the head*) завдяки своїй реалістичності є сильним засобом емоційного впливу на адресата.

5. Змінити психологічний стан і настрої адресата шляхом породження сумніву, невпевненості, безнадії, недовіри, розчарування та інших психологічних станів і емоційних реакцій, які характеризуємо як якісні ознаки песимізму.

"Some of the companies could be steadier," Pahner commented pessimistically (D. Weber, p. 93).

Висловлюючи певне припущення (*could be steadier*), адресант не тільки демонструє своє власне песимістичне бачення ситуації, а й намагається передати його співрозмовнику, відтак змінюючи його настрої та психологічний стан.

Можливість експліцитного вираження в поверхневій структурі мовленнєвого акту показника прагматичного компонента значення лежить в основі інтерпретації характеру його іллокутивної сили. Відповідно, МА, іллокутивна формула яких безпосередньо співвідноситься зі структурно-семантичним типом висловлення, отримали назву прямих МА. У прямих песимістичних МА адресант експлікується у формі особового займенника першої особи *I*, а іллокутивна сила відображає пропозиційний зміст висловлення, який передається лексемами-ідентифікаторами песимізму, тобто ЛЮ, які формують відповідне лексико-семантичне поле. Наприклад.

"Are you a cynic?"

"I'm unhappy. If I was a cynic it would probably make me feel better" (Ch. Bukowski, p. 139).

Прагматичний компонент непрямих песимістичних МА – імплікований. Тобто непряма іллокуція як компонент песимістичного смислу, що надбудовується над буквальним значенням, виступає як імплікатура. Наприклад:

That afternoon my mother had brought me the roses.

"Save them for my funeral," I'd said.

My mother's face puckered, and she looked ready to cry (S. Plath, p. 149).

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Проведене дослідження дає підстави для висновку про те, що, здійснюючи мовленнєвий акт, мовець-песиміст озвучує песимістичне висловлення (локутивний акт), визначає свою іллокутивну мету (іллокутивний акт), повідомляє про онтологічні характеристики ситуації, в якій відбувається песимістичний мовленнєвий акт (пропозиційний акт), намагається вплинути на адресата (перлокутивний акт). Прямі та непрямі песимістичні мовленнєві акти відрізняються способом конструювання песимістичних смислів. Зважаючи на результати цього дослідження, перспективним вважаємо виявлення таксономічних характеристик песимістичних мовленнєвих актів.

Дж ерела та література

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія / Л. Р. Безугла. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
2. Ботвінко-Ботюк О. М. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості висловлень презирства (на матеріалі англійського художнього дискурсу) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / О. М. Ботвінко-Ботюк. – Луцьк, 2014. – 207 с.
3. Жаботинская С. А. Когнитивные и номинативные аспекты числительных (на материале современного английского языка) : дисс. на соискание науч. степени доктора филол. наук : 10.02.19 / С. А. Жаботинская. – М., 1992. – 336 с.
4. Киселюк Н. П. Вербальні та невербальні засоби актуалізації емоційного стану радості в художньому дискурсі (на матеріалі англійської прози ХХ–ХХІ століть) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Н. П. Киселюк. – Луцьк, 2008. – 240 с.
5. Козяревич Л. В. Вербальні й невербальні засоби емпатизації діалогічного дискурсу (на матеріалі англійської прози ХХ століття) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Л. В. Козяревич. – Київ, 2006. – 191 с.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003 – 280 с.
7. Максименко Ю. В. Номинативне поле “Інтерес” у сучасному англійському художньому дискурсі: семантичний та прагматичний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Максименко Юлія Валеріївна. – Київ, 2014. – 221 с.
8. Одарчук Н. А. Відмова : семантичний та прагматичний аспекти : монографія / Н. А. Одарчук. – Луцьк : РРВ “Вежа” Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2009. – 206 с.
9. Почепцов Г. Г. Предложение / Г. Г. Почепцов // Иванова И. П. Теоретическая грамматика современного английского языка / И. П. Иванова, В. В. Буракова, Г. Г. Почепцов. – М., 1981. – С. 161–281.
10. Приходько А. И. Семантика и прагматика оценки в современном английском языке / А. И. Приходько. – Запорожье : Изд-во Запорож. гос. ун-та, 2004. – 321 с.
11. Серль Джон Р. Что такое речевой акт? / Джон Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – М., 1986. – С. 151–169.
12. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова кн., 2009. – 272 с.
13. Черняк О. П. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості висловлень осуду (на матеріалі англійського художнього дискурсу) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / О. П. Черняк. – Луцьк, 2005. – 252 с.
14. Barrett J. S. Ascension / J. S. Barrett. – Lulu Press, Inc, 2014. – 337 p.
15. Berry Chris J. The Guardian of Nemisia / Chris J. Berry. – Author House, 2015. – 244 p.
16. Bukowski Ch. Ham on Rye / Ch. Bukowski. – Harper Collins, 2002. – 288 p.
17. Fawkes D. The Cloth Elephant / D. Fawkes. – Memoirs Publishing, 2014. – 250 p.
18. Flynn V. The Third Option / V. Flynn. – Pocket Star, 2010. – 368 p.
19. Gingell W.R. Spindle / W.R. Gingell. – Pronoun, 2017. – 422 p.
20. Jackson Sh. Just an Ordinary Day / S. Jackson. – Penguin UK, 2017. – 496 p.
21. Martin A. E. Common People / A. E. Martin. – Wakefield Press, 1994. – 219 p.
22. Peacock Wilbur S. Uranian Justice / Wilbur S. Peacock. – eStar Books, 2014. – 8 p.
23. Plath S. The Bell Jar / S. Plath. – FABER&FABER, 2005. – 240 p.
24. Richdale R. Catalyst / R. Richdale. – Xin Xii, 2017. – 201 p.
25. Schmoke J. Oblivion II / J. Schmoke. – Author House, 2009. – 660 p.
26. Smith L. The Red Dress / L. Smith. – Author House, 2014. – 716 p.
27. Weber D. March to the Sea / D. Weber, J. Ringo. – Baen Books, 2001. – 532 p.
28. Wyndham L. Tarr / L. Wyndham. – Oxford : OUP, 2010. – 384 p.

References

1. Bezuhla, Liliya. 2007. *Verbalizatsiya implitsytnykh smysliv u nimets'komovnomu dialohichnomu dyskursi*. Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina.
2. Botvinko-Botyuk, Olena. 2014. “Strukturno-semantychni ta komunikatyvno-prahmatychni osoblyvosti vysloven' prezyrstva (na materialy anhlomovnoho khudozhn'oho dyskursu).” PhD diss., Luts'k.
3. ZHobotinskaya, Svetlana. 1992. “Kognitivnyye i nominativnyye aspekty chislitel'nykh (na materiale sovremenogo angliyskogo yazyka).” Grand PhD diss., Moskva.
4. Kyselyuk, Nataliya. 2008. “Verbal'ni ta neverbal'ni zasoby aktualizatsiyi emotsiynoho stanu radosti v khudozhn'omu dyskursi (na materialy anhlomovnoyi prozy XX-XXI stolit').” PhD diss., Luts'k.
5. Kozyarevych, Liana. 2006. “Verbal'ni y neverbal'ni zasoby empatyzatsiyi dialohichnoho dyskursu (na materialy anhlomovnoyi prozy XX stolittya).” PhD diss., Kyiv.

6. Makarov, Mihail. 2003. *Osnovy teorii diskursa*. Moskva: Gnozis.
7. Maksymenko, Yuliya. 2014. "Nominativne pole "Interes" u suchasnomu anhlovnomu khudozhn'omu dyskursi: semantychnyy ta prahmatychnyy aspekty." PhD diss., Kyiv.
8. Odarchuk, Nataliya. 2009. *Vidmova : semantychnyy ta prahmatychnyy aspekty*. Luts'k : RRV "Vezha" Volyn. nats. un-tu im. Lesi Ukrayinky.
9. Pocheptsov, Georgi. 1981. "Predlozhenye." In *Teoretycheskaya hrammatyka sovremennoho anhlyyskoho yazyka*, edited by Y. P. Yvanova., V. V. Burlakova and G. G. Pocheptsov, 161–281. Moskva.
10. Serl', Dzhon R. 1986. "Chto takoe rechevoy akt?" In *Novoe v zarubezhnoy lynchvystyke. Vyp. 17. Teoryya rechevykh aktov*, 151–169. Moskva.
12. Susov, Yvan. 2009. *Lynchvystycheskaya prahmatyka*. Vynnytsa : Nova Kn..
13. Chernyak, Oksana. 2005. "Strukturno-semantychni ta komunikatyvno-prahmatychni osoblyvosti vysloven' osudu (na materiali anhlovnoho khudozhn'oho dyskursu)." PhD diss., Kyiv.
14. Barrett, J. S. 2014. *Ascension*. Lulu Press, Inc..
15. Berry, Chris J. 2015. *The Guardian of Nemisia*. AuthorHouse.
16. Bukowski, Charles. 2002. *Ham on Rye*. HarperCollins.
17. Fawkes, David. 2014. *The Cloth Elephant*. Memoirs Publishing.
18. Flynn, Vince. 2010. *The Third Option*. Pocket Star.
19. Gingell, W. R. 2017. *Spindle*. Pronoun.
20. Jackson, Shirley. 2017. *Just an Ordinary Day*. Penguin UK.
21. Martin, A. E. 1994. *Common People*. Wakefield Press.
22. Peacock, Wilbur S. 2014. *Uranian Justice*. eStar Books.
23. Plath, Sylvia. 2005. *The Bell Jar*. FABER&FABER.
24. Richdale, Ross. 2017. *Catalyst*. XinXii.
25. Schmoke, Jeff. 2009. *Oblivion II*. AuthorHouse.
26. Smith, Laird. 2014. *The Red Dress*. AuthorHouse.
27. Weber, David, and John Ringo. 2001. *March to the Sea*. Baen Books.
28. Wyndham, Lewis. 2010. *Tarr*. Oxford: OUP.

Бойчук Валентина. Прагматические особенности пессимистических высказываний. В статье исследованы прагматические факторы, определяющие особенности коммуникативного поведения пессимиста. Выявлены структурные особенности пессимистического речевого акта, четырехуровневая структура которого традиционно представлена локутивным, иллокутивным, пропозициональным и перлокутивным актами. Локутивный акт заключается в озвучивании коммуникантом пессимистических диспозиций, атрибуций и настроений. Установлено, что основными иллокуциями адресанта-пессимиста являются такие: информирование адресата о пессимистическом видении ситуации, в которой оказались собеседники; информирование адресата о пессимистической самооценке коммуниканта-пессимиста; подтверждение пессимистического мировоззрения адресанта; получение психологической поддержки от адресата; выражение пессимистического настроения, вызванного как внутренними диспозициями, так и внешними причинами; передача эмоционального состояния адресанта. Принимая во внимание информационно-кодую модель коммуникации, пропозициональную составляющую пессимистического речевого акта, которая является отграниченным от субъективного содержания показателем суждения, описано в терминах предметного и акционального фреймов. Определены перлокутивные цели коммуниканта-пессимиста: заставить адресата изменить мировоззренческие установки; заставить адресата изменить поведение; навязать свое субъективное мнение; осуществить эмоциональное воздействие на адресата; изменить психологическое состояние и настроение адресата путем порождения сомнения, неуверенности, безнадежности, недоверия, разочарования и других психологических состояний и эмоциональных реакций, которые актуализируют качественные признаки пессимизма. Выявлено, что возможность эксплицитного выражения в поверхностной структуре речевого акта показателя прагматического компонента значения лежит в основе интерпретации характера его иллокутивной силы. Доказано, что в прямых пессимистических речевых актах адресант эксплицируется в форме личного местоимения первого лица *I*, а иллокутивная сила отражает пропозициональное содержание высказывания, которое передается лексемами-идентификаторами пессимизма. Прагматичный компонент косвенных пессимистических речевых актов – имплицированный.

Ключевые слова: пессимистическое высказывание, речевой акт, иллокуция, пропозициональный акт, перлокутивная цель.

Boichuk Valentyna. Pragmatic Features of Pessimistic Utterances. The article highlights pragmatic factors that determine the peculiarities of pessimistic communicative behavior. Structural features of a pessimistic speech act, four-level structure of which is traditionally represented by a locutionary act, illocutionary act, propositional act and a perlocutionary act, are revealed. A locutionary act is a performance of a pessimistic utterance, that is, a verbal expression of pessimistic dispositions, attributions and moods.

It was proved that main illocutions of a pessimistic communicant are: informing the addressee of a pessimistic vision of the situation in which the interlocutors found themselves; informing the addressee of the addresser's pessimistic self-esteem; support of the pessimistic worldview of the addresser; receiving psychological support from the addressee; expression of an addresser's pessimistic mood, caused by both internal dispositions and external causes; imparting the emotional state of the addresser.

Taking into account the information-code model of communication, a propositional component of a pessimistic speech act, which is separated from the subjective content by the indicator of judgment, is described in terms of thing and action frames.

The perlocutional goals of a pessimistic communicant are revealed: to urge the addressee to change the world-view; to urge the addressee to change his/her behavior; to make an addressee share addresser's subjective opinion; to make an emotional impact on the addressee; to change the psychological state and mood of the addressee by generating doubt, uncertainty, hopelessness, distrust, disappointment and other psychological states and emotional reactions that actualize qualitative features of pessimism.

It is found out that the possibility of explicit expression of the pragmatic component of meaning indicator in the surface structure of a pessimistic speech act is the basis for the interpretation of the nature of its illocutionary force. It is proved that in direct pessimistic speech acts the addresser is explicated by a personal pronoun of the first person *I*, and the illocutionary force reflects the propositional meaning of an utterance, which is expressed by the lexical units which identify pessimism. The pragmatic component of indirect pessimistic speech acts is implicated.

Key words: pessimistic utterance, speech act, illocution, propositional act, perlocutional goal.

УДК 811.111'37:811.161.2'37

Тетяна Бондар, Оксана Склянчук

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ КАТАСТРОФА / CATASTROPHE В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

У статті розглянуто вербалізатори концепту КАТАСТРОФА / CATASTROPHE в українській та англійській мовах. Звернуто увагу на лексичне значення і внутрішню форму слів, що репрезентують досліджуваний концепт. Виявлено, що основними лексемами-вербалізаторами концепту КАТАСТРОФА / CATASTROPHE виступають лексеми *катастрофа* та *catastrophe*.

Аналіз україномовного та англійськомовного газетного дискурсу та результати вільного асоціативного експерименту, проведеного серед носіїв української та англійської мов, уможливило визначення ядра номінативного поля досліджуваного концепту. Ядерну зону номінативного поля концепту CATASTROPHE утворюють лексеми *disaster*, *cataclysm* та *tragedy*, периферію – *devastation*, *destruction*, *damage*, *fear*, *death*, *war*, *hurricane*, *flood*. До ядра номінативного поля концепту КАТАСТРОФА належать такі елементи, як *аварія*, *війна*, *геноцид*, *Чорнобильська катастрофа*, *смерть*. Компонентами периферії є *трагедія*, *катаклізм*, *крах*, *біда*, *паніка*, *вибух*, *ураган*, *землетрус*, *цунамі*, *авіакатастрофа*.

Асоціативний експеримент показав, що для більшості інформантів з України катастрофа – це авіакатастрофа, аварія, Чорнобиль. Англійці найчастіше інтерпретують катастрофу як стихійне лихо або землетрус.

Ключові слова: концепт, вербалізатор, номінативне поле, ядро, периферія, асоціативний експеримент.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасне мовознавство приділяє значну увагу дослідженню взаємозв'язку мови із ментальністю та культурою народу. Мову вивчають у її функціонуванні в соціумі. Зіставне вивчення національних мов дає змогу визначити спільні та відмінні риси, а також з'ясувати особливості світогляду, світосприйняття певного народу. Аналіз, збереження та конструювання інформації відбувається у свідомості людини у формі концептів, які є базовими одиницями ментальної репрезентації знань. Оскільки мова надає найбільш природний доступ до свідомості людини, виявлення та аналіз мовних репрезентантів концептів відіграють надзвичайну велику роль у дослідженні наповнення концептів у різних лігвокультурах.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Концепти є об'єктом дослідження багатьох науковців, зокрема Дж. Лакоффа, А. Вежбицької, О. С. Кубрякової, С. А. Жаботинської, О. О. Селіванової, М. М. Полюжина, Ю. С. Степанова, В. А. Маслової та ін. Проте погляди науковців щодо тлумачення та класифікації концептів дещо відрізняються.

Згідно з даними “Короткого словника когнітивних термінів” концепт – це “оперативна змістовна одиниця пам'яті ментального лексикону, концептуальної системи й мови мозку, всієї картини світу, відображеної в людській психіці. Це термін, що слугує для пояснення одиниць ментальних та психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, яка відображає знання і досвід людини” [3, с. 90].

В. А. Маслова вважає, що концепт – це семантичне утворення, відзначене лінгвокультурною специфікою і тим чи іншим чином характеризує носіїв певної етнокультури [4, с. 47]. О. К. Бабаєвська переконана, що аналіз репрезентації одного й того ж концепту в різних мовах дозволяє виявити національну специфіку мовних систем та порівняти способи представлення концептів мовними засобами різних мов [1, с. 11].

Українські лінгвісти досить пильно вивчають концепти, але концепт КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ ще не був об'єктом їхнього дослідження, що й зумовлює актуальність нашої розвідки. Слід зазначити, що мовні засоби об'єктивації цього концепту в російській мові досліджувала Т. В. Михайлова.

Мета і завдання статті. Об'єктом нашого дослідження є масив різнорівневих вербалізаторів концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ в українській та англійській мовах. Предмет дослідження – національна специфіка засобів вербалізації концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ в україномовному та англійськомовному дискурсі.

Мета дослідження – провести комплексне дослідження концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ, виявити його наповнення та структуру, а також з'ясувати лінгвокогнітивні особливості вербалізації досліджуваного концепту в англійськомовному та україномовному дискурсі.

Поставлена мета передбачає виконання таких **завдань**:

- виділити базові вербалізатори концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ;
- виявити ядро та периферію номінативного поля концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ;
- провести вільний асоціативний експеримент з носіями української та англійської мов і побудувати асоціативні поля ‘катастрофа’ та ‘catastrophe’;
- виявити інваріантні та відмінні риси у наповненні та структурі асоціативних полів слів-стимулів *катастрофа* і *catastrophe*.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Лексеми *катастрофа* та *catastrophe* є ключовими словами-репрезентантами концепту КАТАСТРОФА / САТАСТРОПНЕ, адже саме ці лексичні одиниці, що номінують концепт, є найуживанішими в українському та англійському дискурсах.

“Словник української мови” пропонує такі визначення слова *катастрофа*: 1. раптове лихо, подія з тяжкими трагічними наслідками; знищення, загибель, руйнація; 2. тяжке потрясіння, що стає причиною істотної зміни, різкого перелому в особистому або суспільному житті [7].

“Словник іншомовних слів” містить такі визначення досліджуваної лексичної одиниці: 1. несподіване лихо, подія, що спричинює тяжкі наслідки, руйнування; 2. тяжке потрясіння, що стає причиною істотної зміни; 3. центральна подія в драматичному творі, що передусе розв'язці й зумовлює її [6].

У тлумачному словнику англійської мови “Longman Dictionary of Contemporary English” подані визначення слова *catastrophe*: 1. a terrible event in which there is a lot of destruction, suffering or death (‘жахлива подія переповнена руйнуванням, стражданням чи смертю’); 2. an event which is very bad for the people involved (‘подія, яка є дуже неприємною для залучених людей’) [10].

“Oxford Advanced American Dictionary” пропонує інші трактування *catastrophe*: 1. a sudden event that causes many people to suffer (‘раптова подія, яка змушує страждати велику кількість людей’); 2. an event that causes one person or a group of people personal suffering, or that makes difficulties (‘подія, що змушує людину чи групу людей переживати особисті страждання, чи спричиняє труднощі’) [12].

У словнику “Merriam-Webster” знаходимо такі дефініції лексеми *catastrophe*: 1. the final event of the dramatic action especially of a tragedy (‘остання дія драматичного твору, особливо трагедії’); 2. a momentous tragic event ranging from extreme misfortune to utter overthrow or ruin (‘значна трагічна подія, починаючи з надзвичайного лиха до повного знищення чи руйнування’); 3. a violent usually destructive natural event (‘несамовита зазвичай руйнівна природна подія’); 4. utter failure (‘повний провал’) [11].

Розгляд дефініцій україномовних тлумачних словників та проведення компонентного аналізу засвідчило, що катастрофі в українській лінгвокультурі притаманні такі характеристики: *раптова, трагічна, великомасштабна, несподівана, неповоротна*. Ядерними семами лексеми *катастрофа* виступають семи *подія* та *наслідки*; тобто явище катастрофи розглядають як подію з трагічними наслідками.

Аналіз англійських лексикографічних джерел та компонентний аналіз лексеми *catastrophe* дозволив виокремити такі риси англійської вербалізації катастрофи: *destruction, suffering, death, bad, sudden, difficulties, tragedy, misfortune, disaster, violent, change, loss, disastrous, dramatic*. Проаналізувавши компонентну структуру лексеми *catastrophe*, ми дійшли висновку, що ядерними семами виступають *event* та *sudden*; тобто явище катастрофи розглядають як раптову, неочікувану подію, яку важко або неможливо передбачити.

Досліджуваний концепт об’єктивується у мові також за допомогою вільних словосполучень. Ми проаналізували сполучуваність лексеми *катастрофа* з іншими лексичними одиницями, використовуючи дані Корпусу української мови та онлайн-видань, і дійшли висновку, що лівосторонню дистрибуцію лексеми *катастрофа* переважно формують прикметники на кшталт *Чорнобильська, техногенна, масштабна, економічна, природна, гуманітарна, національна, екологічна, глобальна* та дієслово *уникати*. Правосторонню дистрибуцію утворюють дієслова *загрожувати, ставатися, назрівати, траплятися, наближатися*.

Використовуючи дані корпусів англійської мови British National Corpus [8], Corpus of Contemporary American English [9] та онлайн-газети і журнали, ми виявили, що лівосторонню дистрибуцію лексеми *catastrophe* переважно формують дієслова *cause, lead to, be heading for, face, avert, avoid, prevent* та прикметники *absolute, big, complete, great, major, terrible, total, minor, national, global, international, world, ecological, economic, environmental, natural, nuclear*. Правосторонню дистрибуцію утворюють такі дієслова: *happen, occur, take place*.

Слово *катастрофа* згідно з даними “Словника синонімів української мови” [5] та “Практичного словника синонімів української мови” [2], належить до такого синонімічного ряду: *крах, катаклізм, аварія, переворот, поразка, фіаско, невдача, нещастя, халепка, біда, лихо, трагедія*. Антонімами до слова *катастрофа* можуть виступати такі лексичні одиниці як: *благополуччя, добробут, щастя*. Гіпонімами лексеми *катастрофа* є лексеми *землетрус, цунами, повінь, війна, виверження вулкану, аварія*. Гіперонімами до слова *катастрофа* можуть виступати лексеми *лихо* та *нещастя*.

Лексема *catastrophe* належить до синонімічного ряду, до якого входять лексичні одиниці *disaster, tragedy, calamity, adversity, cataclysm, crash, debacle, devastation, failure, hardship, misery, mishap* та інші [13]. Досліджувана лексема має кілька антонімів: *advantage, aid, benefit, blessing, creation, favour, fortune, gain, prosperity, success, godsend, windfall*. Гіпонімами лексеми *catastrophe* є лексеми *act of God, apocalypse, famine, kiss of death, meltdown, plague, visitation, tidal wave, tsunami, nuclear winter*. Залежно від того, яке значення лексема реалізує у контексті, вона може мати такі гіпероніми, як: *misfortune, adversity* та *geological phenomenon*.

Досліджуючи дериваційні поля лексем *катастрофа* та *catastrophe*, ми з'ясували, що похідні лексеми утворені суфіксальним (*катастрофізм, катастрофіст, catastrophism, catastrophist*) та морфолого-синтаксичним способом творення слів (*катастрофізувати, катастрофічний, катастрофічно, to catastrophize, catastrophic, catastrophically*).

Аналіз україномовного та англomовного газетного дискурсу та результати вільного асоціативного експерименту, проведеного серед носіїв української та англійської мов, дає змогу визначити ядро номінативного поля досліджуваного концепту. До ядра номінативного поля концепту КАТАСТРОФА належать такі елементи як: *аварія, війна, геноцид, Чорнобильська катастрофа, смерть*. До ядра номінативного поля концепту CATASTROPHE увійшли такі елементи як: *disaster, cataclysm, tragedy*.

Досліджуючи англomовні та україномовні корпуси текстів та аналізуючи приклади, подані у них, ми виділили компоненти периферії номінативного поля концепту CATASTROPHE: *destruction, devastation, damage, fear, death, war, hurricane, flood*. До периферії номінативного поля концепту КАТАСТРОФА належать такі елементи: *трагедія, катаклізм, крах, біда, паніка, вибух, ураган, землетрус, цунамі, авіакатастрофа*.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. КАТАСТРОФА / CATASTROPHE – складний культурний концепт, когнітивні ознаки якого формуються та змінюються під впливом зовнішніх чинників та менталітету нації. Наповнення досліджуваного концепту у двох мовах майже збігається, про що свідчать результати компонентного аналізу лексем-репрезентантів. Проте, номінативне поле та периферія концепту КАТАСТРОФА / CATASTROPHE має свої національні особливості в українській та англійській мовах. Компоненти *tragedy* та *cataclysm* належать до ядра концепту CATASTROPHE, водночас, коли компоненти *tragedy* і *катаклізм* є складовими периферії концепту КАТАСТРОФА. Компоненти *війна, смерть* відносяться до ядра концепту КАТАСТРОФА, але *war* та *death* належать до периферії концепту CATASTROPHE. Ні ядро, ні периферія концепту CATASTROPHE не містить компонентів *genocide* чи *Chernobyl disaster*. Проте *геноцид* та *Чорнобильська катастрофа* є центральними складовими концепту КАТАСТРОФА. Вищеназвані відмінності можна пояснити тим, що такі явища, як Чорнобильська катастрофа та геноцид є характерними для української нації, але чужими для англійців. Подальші дослідження передбачають заглиблення в структуру концепту та залучення даних інших мов.

Дж ерега та література

1. Бабаєвська О. К. Проблема національної специфіки концептів [Електронний ресурс] / О. К. Бабаєвська. – Режим доступу : <http://philo.pnpu.edu.ua/Zbirkyk.pdf>
2. Караванський С. Й. Практичний словник синонімів української мови / С. Й. Караванський. – Київ : Укр. кн., 2000. – 480 с.
3. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 248 с.
4. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 296 с.
5. Полюга Л. М. Словник синонімів української мови / Л. М. Полюга. – Київ : Довіра, 2001. – 477 с.
6. Словник іншомовних слів / под ред. О. С. Мельничука. – Київ Гол. ред. УРЕ, 1977. – 776 с.
7. Словник української мови : в 11-ти томах [Електронний ресурс]. – Київ : Наук. думка, 1970–1980. – Режим доступу : <http://sum.in.ua>
8. British National Corpus [Electronic resource]. – Access mode : <https://corpus.byu.edu/bnc/>. – Accessed October 3, 2017.
9. Corpus of Contemporary American English [Electronic resource]. – Access mode : <https://corpus.byu.edu/coca/>. – Accessed October 5, 2017.
10. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.pearsonlongman.com/dictionaries/iphone_dictionaries.html. – Accessed September 10, 2017.
11. Merriem-Webster Online Dictionary and Thesaurus [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.merriam-webster.com>. – Accessed September 10, 2017.
12. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. – Accessed September 10, 2017.

13. The Synonym Finder / ed. by Urdang, Laurence, LaRoche, N. Rodale, J. Irving, 1898–1971. – NY : Grand Central Publishing, 1986. – 1361 p.

References

1. Babayevska, O. 2009. *Problema Natsionalnoyi Spetsyfiky Kontseptiv*. <http://philo.pnpu.edu.ua/Zbirkyk.pdf>
2. Karavanskyi, Sviatoslav. 2000. *Praktychnyi Slovnyk Synonimiv Ukrayinskoyi Movy*. Kyiv : Ukrayinska knyha.
3. Kubriakova, Elena, ed. 1996. *Kratkii Slovar Kognitivnykh Terminov*. Moscow : Moscow State University.
4. Maslova, Valentina. 2006. *Vvedenie v Kognitivnyu Lingvistiku*. Moscow : Flinta : Nauka.
5. Poliuha, Lev. 2001. *Slovnyk Synonimiv Ukrayinskoyi Movy*. Kyiv : Dovira.
6. Melnychuk, Oleksandr, ed. 1977. *Slovnyk Inshomovnykh Sliv*. Kyiv : URE.
7. *Slovnyk Ukrayinskoyi Movy : V 11-ty tomakh*. 1970–1980. Kyiv : Naukova dumka. <http://sum.in.ua>
8. British National Corpus. 2017. <https://corpus.byu.edu/bnc/>. Accessed October 3, 2017.
9. Corpus of Contemporary American English. 2017. <https://corpus.byu.edu/coca/>. Accessed October 5, 2017.
10. *Longman Dictionary of Contemporary English*. 2005. Edinburgh : Longman. http://www.pearsonlongman.com/dictionaries/iphone_dictionaries.html. Accessed September 10, 2017.
11. *Merriem-Webster Online Dictionary and Thesaurus*. <https://www.merriam-webster.com>. Accessed September 10, 2017.
12. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 2010. Oxford : Oxford University Press. <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Accessed September 10, 2017.
13. Urdang, Laurence, LaRoche, N. Rodale, J. Irving, ed. 1986. *The Synonym Finder*. NY : Grand Central Publishing.

Бондар Татьяна, Склянчук Оксана. Вербализация концепта КАТАСТРОФА / CATASTROPHE в украинском и английском языках. В статье рассмотрено вербализаторы концепта КАТАСТРОФА / CATASTROPHE в украинском и английском языках. Обращено внимание на лексическое значение и внутреннюю форму слов, которые репрезентируют исследуемый концепт. Обнаружено, что ключевыми лексемами-вербализаторами концепта КАТАСТРОФА / CATASTROPHE выступают лексемы *катастрофа* и *catastrophe*.

Анализ украиноязычного и англоязычного газетного дискурса и результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного среди носителей украинского и английского языков, дают возможность определить ядро номинативного поля исследуемого концепта. Ядерную зону номинативного поля концепта CATASTROPHE образуют лексемы *disaster*, *cataclysm* и *tragedy*, периферию – *devastation*, *destruction*, *damage*, *fear*, *death*, *war*, *hurricane*, *flood*. К ядру номинативного поля концепта КАТАСТРОФА принадлежат такие элементы, как *авария*, *война*, *геноцид*, *Чернобыльская катастрофа*, *смерть*. Компонентами периферии является *трагедия*, *катаклизм*, *крах*, *беда*, *паника*, *взрыв*, *ураган*, *землетрясение*, *цунами*, *авиакатастрофа*.

Ассоциативный эксперимент показал, что для большинства украинских информантов катастрофа – это авиакатастрофа, авария, Чернобыль. Англичане чаще всего интерпретируют катастрофу как стихийное бедствие или землетрясение.

Ключевые слова: концепт, вербализатор, номинативное поле, ядро, периферия, ассоциативный эксперимент.

Bondar Tetiana, Sklianchuk Oksana. Verbalization of the Concept КАТАСТРОФА / CATASTROPHE in the Ukrainian and English Languages. The article deals with verbalizers of the concept CATASTROPHE / CATASTROPHE in the Ukrainian and English languages. Attention has been paid to the lexical meaning and inner form of words that represent the concept under consideration. It was revealed that the basic lexemes-verbalizers of the concept CATASTROPHE / CATASTROPHE are lexemes *катастрофа* and *catastrophe*.

The analysis of Ukrainian and English newspaper discourse and the results of free associative experiment conducted among the native speakers of the Ukrainian and English languages gives an opportunity to determine the nucleus and periphery of the nominative field of the concept CATASTROPHE / CATASTROPHE. The nuclear zone of the nominative field of the concept CATASTROPHE is formed by lexemes *disaster*, *cataclysm* and *tragedy*, the periphery includes such lexemes as *devastation*, *destruction*, *damage*, *fear*, *death*, *war*, *hurricane*, *flood*. The nuclear zone of the nominative field of the concept КАТАСТРОФА encompasses such elements as *аварія*, *війна*, *геноцид*, *Чорнобильська катастрофа*, *смерть*. The periphery includes the following components: *трагедія*, *катаклізм*, *крах*, *біда*, *паніка*, *вибух*, *ураган*, *землетрус*, *цунамі*, *авіакатастрофа*.

The result of the free associative experiment shows that the predominant Ukrainian associations to the word-stimulus *катастрофа* are *авіакатастрофа*, *аварія* and *Чорнобиль*, whereas British people associate *catastrophe* with a natural disaster or an earthquake.

Keywords: concept, verbalizer, nominative field, nucleus, periphery, associative experiment.

ІДЕОЛОГЕМА ОПОВІДАНЬ “ЦИКЛУ НЕЗРИМОГО” Е.-Е. ШМІТТА НА ПРИКЛАДІ ОПОВІДАНЬ “МСЬЄ ІБРАГІМ І КВІТИ КОРАНУ”, “ОСКАР І РОЖЕВА ПАНІ”, “БОРЕЦЬ СУМО, ЯКИЙ НІЯК НЕ МІГ ПОГЛАДШАТИ”, “ДИТЯ НОЯ”

Оповідання “Циклу незримого” Е.-Е. Шмітта розглянуто, як філософські оповідання. Кожне з оповідань присвячене певній релігії або кільком релігіям, які протиставляються. Письменник стоїть на межі морально-етичного експериментування, що не може не зачіпати сферу ідеології та особистої психології. Тексти Е.-Е. Шмітта викладені досить простою мовою і є доступними для читача з будь-яким освітнім рівнем. У всіх творах “Циклу незримого” головні герої – діти й підлітки, котрі переживають складнощі, долають дорослі проблеми. Але призначені ці твори все ж таки не для дітей. Було б правильним сприймати книги Е.-Е. Шмітта як казки для дорослих, як “філософію на виріст”. В оповіданнях Е.-Е. Шмітта оспівано ідеї універсального гуманізму, релігійної терпимості, всепрощення, єдності протилежностей. Кожне з оповідань “Циклу незримого” присвячене одній із релігій. Прочитання творів без знання основних засад релігії не може бути об’єктивним. Це дослідження є спробою вмотивувати деякі властивості поезики оповідань Е.-Е. Шмітта, крім того, навіть сам послідовний аналіз малої прози Е.-Е. Шмітта – новизна на теренах української науки. У творах Е.-Е. Шмітта наявна драма людської душі, яка розігрується в хаотично багаточаровій, полівалентній світобудові. Ідея повторювальності, циклічності й відносності відіграє важливу стилістичну роль. Наявне зведення в єдине протилежних та взаємовиключних понять, неординарна логіка розуміння, поєднання трагічного і комічного, високого і низького. У творах порушено одвічне питання взаємин батьків і дітей, де з позитивного боку представлено виховання дитини за допомогою взаємного спілкування. У малій прозі Е.-Е. Шмітта чітко простежено дихотомію “ментор–учень”, де доросла людина, хоча і переважно, але не завжди виступає в ролі вчителя. Пропонована стаття дає загальну характеристику найбільш уживаних ідеологем оповідань “Циклу незримого” Е.-Е. Шмітта.

Ключові слова: ідеологема, ідеологемна структура, оповідання, релігія, католицизм, суфізм, дзен-будизм, іудаїзм.

Постановка наукової проблеми та її значення. Творчість Е.-Е. Шмітта мало досліджена в Україні та в країнах СНД. Саме тому дослідження його творів становить собою великий інтерес та має істотну цінність для сучасного вітчизняного літературознавства. Актуальність дослідження полягає в тому, що оповідання “Оскар і Рожева Пані” та “Мсьє Ібрагім і квіти Корану”, “Дитя Ноя”, “Борець сумо, який ніяк не міг погладшати” Е.-Е. Шмітта торкаються найгостріших питань суспільства, розглядають глибинні філософські категорії, адаптуючи їх для сприйняття сучасним середнім читачем, водночас не спрощуючи зміст запропонованих автором понять.

Мета дослідження – встановлення ідеологем малої прози Е.-Е. Шмітта. **Завданнями** є визначення особливості поезики малої прози Е.-Е. Шмітта й виокремлення основних ідеологем малої прози Е.-Е. Шмітта.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Оповідання “Мсьє Ібрагім і квіти Корану” присвячене відгалуженню ісламу – суфізму. Суфії переслідують багато цілей. Основні з них: відкидання мирських бажань, багатства й розкоші; пошуки внутрішнього духовного життя; “очищення серця” і досягнення єднання з Богом унаслідок безпосереднього емоційного переживання; викорінювання людської свідомості й повне розчинення у свідомості Бога; подолання бажань і пристрастей самолюбної людської плоті [9].

Мсьє Ібрагім постає в оповіданні як типовий суфій. Він не женеться за багатством та славою. Головне для нього внутрішній спокій та рівновага. Згодом його манеру світобачення перебирає на себе Момо і стає “місцевим арабом” на блакитній вулиці.

Релігійна ідея є однією з домінантних: Момо питає в Ібрагіма, як йому вдається бути щасливим? Той відповідає, що все написано в його Корані. Відтак у маленького єврея вкорінюється думка, що Коран і щастя щільно пов’язані, і як наслідок у нього з’являється інтерес до

такої собі книги щастя: “Напевно, мені прийдеться як-небудь поцупити у вас цей Коран. Навіть якщо євреям так не годиться чинити” [9, с. 67].

Наприкінці твору Момо настільки переймається ідеєю мусульманства, що представляється своїй матері Мохаммедом. З іншого боку, він так відповів, щоб показати матері, що його новий батько-мусульманин відіграв набагато важливішу роль у його житті, ніж його справжні батьки євреї. Зрештою, Момо розуміє, що євреї, мусульмани і навіть християни мали купу спільних великих родичів. Прагнення узгодити релігійну непримиримість у Е.-Е. Шмітта реалізовано через прийом дитячого погляду, де дитяче нерозуміння релігійно-політичних протистоянь мусульман та іудеїв стає істинним підґрунтям до ідеологічного єднання ворогуючих сторін.

Одна з найважливіших ідей цього твору – всепрощення. Момо, як це не було йому важко зробити, вибачив свою мати і, напевно, батька теж: “Малюки такі привітні, вони називають викладача іспанської бабусею; треба бачити, як їй це подобається!” [9, с. 101]. Окрім релігійної проблематики, в оповіданні постає конфлікт батьків і дітей.

Ібрагім та батько Момо постають повними антиподами. Навіть їх смерть зовсім різна. Перший досяг усього, про що мріяв: поряд із ним був люблячий син, він побачив перед смертю Батьківщину і свого давнього друга. Натомість батько Момо йде з життя, так нічого і не досягнувши: забутий і нікому не потрібний.

Мсьє Ібрагім поділився ключами від свого щастя з Момо: “Завдяки втручанню мсьє Ібрагіма у світі дорослих створилася тріщина, він перестав для мене бути суцільною стіною, об яку я розбивав собі лоба, крізь створену щілину мені була простягнута рука” [9, с. 20]. Мсьє Ібрагім порадив Момо розпочати з простої посмішки, адже посмішка робить нас щасливими. Також посмішка – це перший крок до того, щоб люди тебе полюбили. “Відтоді Момо починає жити за цим принципом, помічаючи, що життя його змінюється на найкраще. Він і сам із вдячністю відзначає: “Ібрагім дав мені досконалу зброю... Ніхто більше не сприймає мене, як таргана” [9, с. 30]. Мсьє Ібрагім вселив у нього впевненість у собі, навчив цінувати і любити себе.

Мсьє Ібрагім передає ідею постійного вдосконалення людини під час її життєвого шляху й після нього: “Уявляеш собі, яку путь ти пройшов з пилу, щоб стати тим, ким є ти зараз, хто ти є сьогодні? А згодом, коли ти перевершиш своє людське єство, ти станеш ангелом. І з землею буде покінчено” [9, с. 92]. Часте переплетіння трансцендентних міркувань та міркувань цілком земного походження – властива риса малої прози Е.-Е. Шмітта.

Коли хлопчик порівнює свого батька з мсьє Ібрагімом, то порівняння аж ніяк не на користь рідного батька: “Біля батька мені завжди було холодно. А з мсьє Ібрагімом і повіями ставало якось світліше” [9, с. 23]. Головна помилка з боку батька було в тому, що він навіть не намагався спілкуватися з сином. Адже батько передусім повинен говорити з сином, спробувати зрозуміти його проблеми, проте він робив вигляд, що Момо взагалі не існує: “Батько був замкнений у стінах науки, він звертав на мене не більше уваги, ніж на прибудного собаку, – йому не хотілося кинути в мене хоча б кісткою його знань” [9, с. 24]. Дуже добре ця контрастність спостерігається у ставленні до книг. Для рідного батька Момо книги важливіші за людей. Він навіть просить Момо закривати ставні, бо сонячне світло роз’їдає палітурки. Натомість Ібрагім не надто прив’язаний до книг (можливо, за винятком Корану) і каже: “Якщо хочеш дізнатися про що-небудь, то книги не допоможуть. Треба з ким-небудь поговорити. Я не вірю у книги” [9, с. 53].

В оповіданні спостерігаємо відмінний погляд на світ, інший ракурс бачення. Світобачення в оповіданні не має меж. Момо не ототожнює в собі іудейське сприйняття світу, а Ібрагім не є типовим прибічником ісламу. Вони обидва мають цілком індивідуальне, оригінальне й нетипове сприйняття світу. Але дивним чином воно в них збігається, бо вони бачать світ майже однаково. Тут треба взяти до уваги аспект того, що мсьє Ібрагім певною мірою відіграє роль вчителя, а Момо – учня. Тому Момо більше приймає і засвоює погляди мсьє Ібрагіма. Крім того, ми бачимо, що навіть після смерті Ібрагіма Момо живе саме згідно з його постулатами

життя, вони ще дужче вкорінюються у його свідомості. Він сприймає їх, як єдиний правильний спосіб життя.

В оповіданні “Мсьє Ібрагім і квіти Корану” ідея гуманізму й усепощення є однією з провідних. Незважаючи на те що люди часто робили йому боляче, Момо їх любить. Він знайшов у собі сили пробачити своїх матір і батька, хоча вони обоє дуже жорстоко з ним вчинили, адже байдужість і нестача батьківської любові й уваги – найстрашніша провина перед дитиною. Але він вистояв, вижив, став самостійно на ноги, переміг усі обставини, які всі без винятку були проти нього і при цьому не зненавидів людей, а, навпаки, навчився їх любити.

Однією з найважливіших проблем твору є любов до себе, яка безпосередньо пов’язана з любов’ю до інших. З покинутого усіма, невпевненого у собі підлітка під час спілкування з мсьє Ібрагімом і їх спільної подорожі він перетворюється на впевнену у собі дорослу людину. Він починає себе любити і як наслідок любити і розуміти оточуючих його людей. Люди в свою чергу, починають його помічати і приділяти йому увагу.

В оповіданні “Мсьє Ібрагім і квіти Корану” зустрічаються два абсолютно різних світи Схід і Захід (Далекій Схід і Франція), дорослий і дитина. Але вони не конфліктують між собою, навпаки об’єднуються і стають друзями. На наш погляд, це ідеальна модель поведінки представників різних культур і народів. Це оповідання вчить нас толерантній поведінці до інших народів, але вчить дуже вміло, повністю уникаючи дидактики і настанов.

Оповідання Е.-Е. Шмітта “*Оскар і Рожева Пані*” присвячено християнству, зокрема католицизму. Основою віровчення Католицької церкви є Символ віри. Форми й методи діяльності Католицької церкви визначаються її розумінням свого ставлення до Бога і до людей.

Католицька церква шанує сім’ю і шлюб як основу суспільства, закладену в людській природі Богом. Вона заохочує освіту й піклується про здоров’я людей. У творі, зокрема, порушується одне з головних питань цієї світової релігії – всепощення. Оскар, незважаючи на те що йдеться про його власне життя, знаходить сили всім пробачити: і лікарю, і батькам, і Богу – за те, що він його так рано забирає з цього світу. “Іноді, мені хочеться накричати на нього, сказати, що, можливо, це він, лікар Дюссельдорф, зі своїми чорними бровами, продуд операцию. Та коли я бачу, який він нещасний, слова застряють у мене в горлі” [10, с. 8]. У кінці оповідання хлопець знімає відчуття провини з лікаря, адже він зробив усе можливе: “Розслабтеся. Ви не Господь Бог” [10, с. 77]. Це говорить про надзвичайну благородність і зрілість маленького хлопчика.

Бабця Ружа все ж таки розуміла Оскара набагато краще, ніж всі інші, навіть його батьки. Але саме вона зробила все можливе для їх порозуміння. “Ти не зрозумів, що помреш не тільки ти. Всі смертні. Колись прийде черга і твоїх батьків. І моя” [10, с. 77]. Оскар не хоче йти з життя, залишаючи почуття провини у своїх батьків. Вони проводять чудове Різдво разом, яке по суті і є прощальною вечерею сина з батьками. Таке поєднання народження і смерті є дуже яскравою моделлю людського життя, де ці два ключові поняття часто межують. Також можна це розглядати, як підготовку Оскара до нового народження, прощання з цим світом перед переходом до іншого.

Брехня Бабці Ружі є цілком виправданою. Вона йде тільки на користь Оскару. Думаючи про “кечистку” Бабцю Ружу, хлопчику здається, що він сам стає найсильнішим [10, с. 12]. Проте Бабця Ружа не вважає за потрібне брехати Оскару про смерть, як це робили всі інші. “Чому вони прямо не скажуть, що я помру?” [10, с. 14] – не розуміє Оскар. Бабця радить запитати про це в Бога. Пішовши на контакт з Богом, Оскар одразу отримує відповідь на те, чи одужає він або ні, та отримавши негативну відповідь, мужньо сприймає її, адже він був підсвідомо до цього готовий.

В оповіданні “Оскар і Рожева Пані” також існує опозиція “дорослий–дитина”. Дія оповідання побудована так, що Оскар поступово наздоганяє в інтелектуальному розвитку Бабцю-

Ружу й у кінці навіть перевищує її. Оскар за короткий час свого існування знаходить відповідь на одвічне питання сенсу життя. “Для життя є одне-єдине рішення – жити” [10, с. 84]. Тобто, сенс життя у самому житті. Оскар зрозумів, що ми цінуємо життя, тільки якщо близькі до його втрати. Він приходить до висновку: “Життя – таки дивний дарунок” [10, с. 91].

Присутня також тема удавання, ігнорування очевидних реалій життя: “Ми всі вдаємо, що безсмертні” [10, с. 7], тільки коли ми близькі до смерті, починаємо цінувати життя. Оскар розуміє завдяки Бабці Ружі природність смерті й страждань: “Ніхто не може уникнути страждань. Ні Бог, ні ти. Ні твої батьки, ні я” [10, с. 56]. “Оскаре, треба розрізнити два типи страждань: фізичне і моральне. Фізичний біль ми терпимо. А моральний обираємо ... Натомість зовсім не обов’язково відчувати біль від думки, що помреш. Тобі ж невідомо, що це таке” [10, с. 56–57]. Це означає, що немає сенсу боятися смерті. Залежить тільки від людини, яким чином вона буде сприймати і зустрічати смерть. Зрештою, такий підхід є в руслі християнського сприйняття, оскільки саме за цією релігією людина приходить у цей світ, щоб страждати і готуватися до життя небесного.

Останній лист до Бога пише Бабця Ружа, оскільки хлопець уже помер. Він пішов із життя якраз у той момент, коли батьки і Бабця Ружа пішли випити кави. “Насправді це він дбав про нас”, – каже Бабця Ружа [10, с. 94]. Вона дякує Богу, адже завдяки Оскару, вона прожила інше життя, і саме він допоміг їй віднайти радість життя, віру й любов. Дуже символічною є табличка, яка стояла на журнальному столику Оскара. “Тільки Господь має право мене розбудити” [10, с. 100]. Це означає, що Оскар був готовим до зустрічі з Богом, адже він прожив своє життя, крім того, він встиг у ньому зробити все бажане і залишити після себе слід.

Оповідання *“Дитя Ноя”* присвячене іудаїзму. Іудаїзм – одна з найдавніших релігій світу. Її основні уявлення, що формувалися протягом багатьох сторіч, містять у собі догмати про бога Ягве, “богообраність” євреїв, пришестя спасителя – месії, загробне життя і безсмертя душі.

Культ Яхве, бога племені Іуди (звідси – іудаїзм), що зіграв головну роль у становленні давньоєврейської держави на початку X ст. до н. е. і висунув зі свого середовища династію перших царів, поступово перетворився на загальнодержавний генотейстичний культ, а потім – на культ єдиного Бога, що керує світом. Значну роль в іудейському культі відіграють різноманітні свята, серед яких слід звернути увагу на суботу (шаббат), пасху (песах), кущі (суккот), новий рік (рош-гашана), судний день (іом-кіпур) і п’ятдесятницю (шабуот). Серед безлічі релігійних обрядів великого значення в іудаїзмі надають обрядові обрізання, що представляє собою трансформований звичай стародавніх ініціацій і широко розповсюджений у семітських народів.

Добре розуміючи значимість обрядів та ритуалів, отець Понс максимально намагався дотримуватися єврейських та католицьких обрядів. “Ми, єврейські діти, могли крадькома звершити обряд Хануки, свято Світла, час для розваг та дарунків, коли потрібно подавати милостиню, а з наставанням сутінок запалювати свічки” [7, с. 70].

Наприклад, коли настав день першого причастя для католицьких хлопчаків, отець Понс та пані Марсель вигадали удавану масову хворобу для всіх єврейських хлопчаків, щоб вони мали офіційне виправдання за свою відсутність на причасті перед нацистами. Постать отця Понса досить прогресивна. Він дійсно захоплюється іудаїзмом і ставить собі за мету врятувати єврейських дітей та зберегти їхню духовність.

Це було досить складним завданням, адже для більшості єврейських хлопчиків слово «єврей» викликало відчуття сорому: “Наразі бути євреєм означало мати батьків, нездатних мене виховувати, мати ім’я, яке краще змінити, постійно контролювати емоції і брехати. І що в цьому доброго? Мені дуже захотілося стати малим католиком-сиротою” [7, с. 45]. Отець Понс усвідомлює, що християни та іудеї не є ворогами. Вони об’єднуються перед спільним ворогом – нацизмом. “Євреї, а потім християни. Він починає з вас. А закінчить нами” [7, с. 51].

Проблема батьків і дітей в оповіданні “Дитя Ноя” постає найгостріше з усіх оповідань. Адже у творі зображено відносини не тільки Жозефа та його батьків, але й Руді з його родиною. Руді – неук, порівняно з його родиною інтелектуалів. Сам він про себе каже: “Я невдаха і приношу нещастя” [7, с. 50]. Але саме завдяки тому, що він не був ні в школі, ні вдома, він зберіг своє життя. На відміну від Жозефа, він сумує за своєю родиною. Він по-справжньому щасливий, коли за ним приїздить мати. Він навіть робить успіхи в навчанні.

Прощання з батьками Жозефа так і не відбулося. “Нитка обірвалася так, що я цього навіть не усвідомив: наступного дня пополудні вони кудись пішли і більше не повернулися” [7, с. 21]. Жозеф досить швидко адаптується на Жовтій віллі. Головний елемент, який псує загальну ідилічну картину є постійний страх, що прийдуть фашисти й почнуть фізичний огляд.

Твір починається з того, що Жозеф говорить: “У десять років я був серед дітей, яких щонеділі виставляли на аукціон. Ні, нас не продавали, а лише просили ходити помостом у пошуках того, хто захоче когось із нас узяти” [7, с. 7]. Відчуття непотрібності, меншовартості глибоко сидить у підсвідомості Жозефа.

Коли ж війна закінчується, усі чекають на повернення батьків. Але батьки Жозефа приїдуть до Жовтої вілли одними з останніх. Жозеф картає себе: “Я сам винен у тому, що мої батьки не повертаються, отче: під час війни я про них не думав”. А коли він знаходить батьків, він питає в отця Понса: “Невже я не можу залишитися тут?” [7, с. 115]. За це питання він уперше отримує ляпас від отця Понса. Усе-таки, Жозеф повертається до батьків і стає зразковим євреєм, але отець Понс назавжди залишатиметься одним із найближчих для нього людей.

Оповідання Е.-Е. Шмітта *“Борець сумо, який ніяк не міг погладшати”*. Дзен – напрям у буддизмі махаяни в Японії, аналог китайського “чань”. Представлений декількома школами: Ріндзай (Ліньцзи), Сото(Цаодун), Обаку (Хуанбо) тощо. У ХХ ст. завдяки зусиллям Дайсетсу Тейтаро Судзукі (1870–1966) дзен став надбаням західної культури. Багато західних філософів, теологів, письменників, психологів, музикантів виявили інтерес до дзен. Відбувається справжній “бум” дзен на Заході у 60–70-ті роки ХХ ст. Сьогодні дзен не є найбільш масова школа японського буддизму, але зберігає свої позиції [4].

Носієм ідеї дзен-буддизму в оповіданні є майстер Семніцу. “Семінцу мав би сповідувати синтоїзм, як більшість практиків сумо ось уже тисяча років. Насправді Семінцу відгукнувся на заклик дзен-буддизму. Він годинами медитував, сидячи в позі кравця, а при нагоді вирушав у буддистський сад, де проводив півдня” [8, с. 17].

Дзен визнає реальність світу, але сприймає його як неістинний, ілюзорний, “ніщо” (япон. “му”). Лише за допомогою медитації можна досягнути власну справжню природу, яка є нічим іншим, як “сутністю Будди” (япон. “бусьо”), досягнути пробудження (япон. “саторі”). Після цього відкривається істинна природа речей.

На певному етапі, коли сумо-практик заспокоїв розум, хороший наставник, бачачи “перешкоду” в думці практика (жорсткі погляди або прихильність) може допомогти від неї позбутися. Отже, шлях дзенського практика – це розкриття “своєї” мудрості. Семніцу підказує, де криється проблема Джуна: “Ти агонізуєш, тому що все приховуєш: власні почуття, проблеми, історію. Ти не знаєш, хто ти, отже, не можеш вибудувати себе, спираючись на те, що всередині” [8, с. 67].

Багато дзенських майстрів стверджують, що практика може бути “поступовою” або “раптовою”, але саме пробудження завжди раптове, точніше непоступове. Це просто відкидання зайвого і бачення того, що є. Таке раптове пробудження сталося і з Джуном: “Після повернення на порозі школи я пережив нове сліпуче відчуття. Я заново побачив Рейко, точніше, чарівну дівчину, нічого спільного з тією дівчинкою-підлітком, якій я дав відсіч півтора роки тому, я пізнав її лише тому, що вона чекала в машині Асер, свого брата” [8, с. 30]. Дзен-буд-

дизм заперечує перевагу інтелекту над чистим досвідом, вважаючи останній разом з інтуїцією вірними помічниками.

Подібно до Оскара з оповідання “Оскар і Рожева Пані”, Джун спочатку не вірить у те, що дзен-буддизм зможе йому допомогти у вирішенні життєвих проблем. “Як би там не було, це не має значення, тому що синтоїзм, тибетський буддизм, дзен-буддизм – це все дурниця, нісенітниця на пісній олії. Що одне, що інше. Дивно, що ви стільки часу приділяєте старим забобонам” [8, с. 21]. На це Семніцу відповідає, що жити можна без релігії, але без духовності жити не можна [8, с. 22].

Коли наприкінці твору Джун каже, що він залишає сумо, Семніцу ставиться до цього з розумінням. Адже Джун досяг усього, чого він хотів та знайшов відповіді на всі запитання. Семніцу відповідає: “Ти маєш рацію, Джун. Мета – це не кінець шляху, це рух уперед” [8, с. 30].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. У творах Е.-Е Шмітта наявна драма людської душі, яка розігрується в хаотично багатосаровій, полівалентній світобудові. Ідея повторювальності, циклічності й відносності відіграє важливу стилістичну роль. Наявне зведення в єдине ціле протилежних та взаємозамінних понять; неординарна логіка розуміння; поєднання трагічного і комічного, високого і низького. У творах порушено одвічне питання взаємин батьків і дітей, де з позитивного боку представлено виховання дитини за допомогою взаємного спілкування. У малій прозі Е.-Е. Шмітта чітко простежено дихотомію “ментор–учень”, де доросла людина, хоча й переважно, але не завжди виступає в ролі вчителя. Отже, мала проза Е.-Е. Шмітта представляє собою чудове поле дослідження для психологічної школи літературознавства.

Джерела та література

1. Алхімія слова живого. Французький роман 1945–2000. – Київ : Промінь, 2005. – 383 с.
2. Андреев Л. Г. Художественный синтез и постмодернизм / Л. Г. Андреев // Вопросы литературы. – СПб., 2000. – 246 с.
3. Бутинова М. С. Как возникла религия / М. С. Бутинова. – М. : [б. и], 2007. – 236 с.
4. Горохов С. А., Христов Т. Т. Религии народов мира / С. А. Горохов, Т. Т. Христов. – СПб. : КноРус, 2010. – 432 с.
5. Смушинська І. В. Суб’єктивна модальність французької прози / І. В. Смушинська. – Київ : Київ. ун-т, 2001. – 253 с.
6. Скоропанова И. Русская посмодернистическая литература / И. Скоропанова. – М. : [б. и.], 1999. – 354 с.
7. Schmitt Eric-Emmanuel. L'enfant de Noé / Eric-Emmanuel Schmitt. – Albin Michel, 2004. – 95 p.
8. Schmitt Eric-Emmanuel. Le sumo qui ne pouvait pas grossir / Eric-Emmanuel Schmitt. – Albin Michel, 2009. – 53 p.
9. Schmitt Eric-Emmanuel. Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran / Eric-Emmanuel Schmitt. – Albin Michel, 2001. – 86 p.
10. Schmitt Eric-Emmanuel. Oscar et la Dame en rose / Eric-Emmanuel Schmitt. – Albin Michel, 2002. – 100 p.

References

1. Alhimiya slova zhyvoho. Francuzskiy roman 1945–2000. 2005. Kyiv: Promin.
2. Andreiev, L. G. 2000. “Hudozhestvennyi sintez i postmodernism”. *Voprosy Literatury*. Sankt-Peterburg.
3. Butynova, M. S. 2007. *Kak vznikla religiya*. Moskva.
4. Gorohov, S. A., Hrystov, T. T. *Religii narodov mira*. Sankt Peterburg.
5. Smushinska, I. V. 2001. *Subiektyvna modalnist francuzkoyi prozy*. Kyiv: Kyivskiy universytet.
6. Skoropanova, I. 1999. *Russkaya postmodernicheskaya literature*. Moskva.
7. Schmitt, Eric-Emmanuel. 2004. *L'enfant de Noé*. Albin Michel.
8. Schmitt, Eric-Emmanuel. 2009. *Le sumo qui ne pouvait pas grossir*. Albin Michel.
9. Schmitt, Eric-Emmanuel. 2001. *Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran*. Albin Michel.
10. Schmitt, Eric-Emmanuel. 2002. *Oscar et la Dame en rose*. Albin Michel.

Веремьёва Анна. Идеологема повестей “Цикла незримого” Э.-Э. Шмитта на примере рассказов “Мсье Ибрагим и цветы Корана”, “Оскар и Розовая Дама”, “Дитя Ноя”, “Борец сумо, который никак не мог потолстеть”. Повести “Цикла незримого” Э.-Э. Шмитта имеют религиозную подоплеку и рассматриваются, как философские рассказы. Каждая из повестей посвящена определенной религии или нескольким религиям, которые противопоставляются. Писатель стоит на грани морально-этического экспериментирования, которое не может не затрагивать сферу идеологии и личной психологии. Тексты Э.-Э. Шмитта имеют довольно простую

формулювати і доступні читателю любого образовательного уровня. Во всех произведениях “Цикла незримого” основными персонажами являются дети и подростки, испытывающие трудности, преодолевая взрослые проблемы. Но эти произведения не для детей. Было бы правильным воспринимать произведения Э.-Э. Шмитта как сказку для взрослых, как “философию на вырост”. В рассказах Э.-Э. Шмитта возвышается идея универсального гуманизма, религиозной терпимости, всеобщего прощения, единства противоположностей. Каждая из повестей “Цикла незримого” посвящена одной из религий. Прочтение произведений без знания основных принципов религий не может быть объективным.

Данное исследование определяет стремление мотивировать самые характерные свойства поэтики повестей Э.-Э. Шмитта, и даже сам последовательный анализ произведений Э.-Э. Шмитта является новизной на просторах украинской науки. В произведениях Э.-Э. Шмитта имеет место драма человеческой души, которая разыгрывается в хаотичном, многоуровневом, поливалентном мироздании. Идея повторяемости, цикличности и относительности играет важную стилистическую роль. Имеет место сведение в единое противоположных и взаимоисключающих понятий, неординарная логика понимания, сочетание трагического и комического, высокого и низкого. В произведениях поднимается вечный вопрос взаимоотношений отцов и детей, где с положительной стороны представлено воспитание ребенка, посредством взаимного общения. В малой прозе Э.-Э. Шмитта четко прослеживается дихотомия “ментор–ученик”, где взрослый человек хотя и преимущественно, но не всегда выступает в роли учителя. Таким образом, данная статья дает общую характеристику наиболее употребляемых идеологем повестей рассказов “Цикла Незримого” Э.-Э. Шмитта.

Ключевые слова: идеологема, идеологемная структура, рассказы, религия, католицизм, суфизм, дзен-будизм, иудаизм.

Anna Veremyova. The Ideologeme of the Narratives of the “The Cycle of the Invisible” by E.-E. Schmitt on the Example of Narratives “Monsieur Ibrahim and the Flowers of the Koran”, “Oscar and the Lady in Pink”, “Noah’s Child”, “The Sumo Wrestler Who Could Not Gain Weight”. The narratives of the “Cycle of the invisible” by E.-E. Schmitt have a religious background and are considered as philosophical narratives. Each narrative is devoted to a particular religion or several religions that are opposed. The writer stands on the limit of ethical experimentation, which cannot but affect the sphere of ideology and personal psychology. The texts of E.-E. Schmitt are written in a fairly simple language and are available to the reader of any educational level. In all the narratives of the “The Cycle of the Invisible” main characters are children and adolescents who are experiencing difficulties, overcoming adult problems. But these texts are not for children. It would be correct to perceive the narratives of E.-E. Schmitt as a fairy tale for adults, but as “the philosophy to grow”. In his narratives E.-E. Schmitt describes the idea of a universal humanism, religious tolerance, all-forgiveness, unity of opposites. Each of the stories of “The Cycle of the Invisible” is dedicated to one of the religions. Reading the narratives without the knowledge of the basic principles of religions may not be objective. This study identifies a desire to motivate some of the properties of the poetics of short stories by E.-E. Schmitt and even the well-grounded analysis of the narratives by E.-E. Schmitt is a novelty in the area of the Ukrainian science. In the works of E.-E. Schmitt there is a drama of the human soul, which is presented in randomly layered, polyvalent universe. The ideas of repeatability, circularity and relativity plays an important stylistic role. Opposite and mutually exclusive concepts are united, one can find extraordinary logic of understanding, a combination of tragic and comic, high and low. The eternal question of the relationship between fathers and children is risen, where the upbringing of the child, through mutual communication is presented in a positive way. In the narratives by E.-E. Schmitt clearly the dichotomy of “mentor-student” is observed, where an adult, although mostly, but not always plays the role of the teacher. This article gives a general overview of the most used ideologemes of the narratives of the “The Cycle of the Invisible” by E.-E. Schmitt.

Key words: ideologeme, ideologeme structure, stories, religion, Catholicism, Sufism, Zen Buddhism, Judaism.

УДК 81’25:378.147

Tetiana Vorobiova, Liudmyla Smalko

TRANSLATOR TRAINING: TEACHING CREATIVITY IN TRANSLATION CREATIVELY

The article highlights the issues of teaching translation, translator training, theoretical and practical aspects of teaching translation/interpretation in the system of university education. The emphasis is laid on the creative and competence-based approaches to translator training and the principal competences to be developed. The authors suggest several possible ways to make the most of the positive aspects of the European experience in the system of training highly-qualified translators and solution of the challenges faced by the translator trainers concerning the problem of how to design the content of training process aimed at the development of special skills and creativity. When modeling

development of a translator's competence and acquisition of the wide range of skills an emphasis should be placed on the following items: communicative competence in source and target languages, subject-matter competence and tools competence. In terms of the pre-service translator training the process requires intensive creative approach to teaching. The study has revealed that in the context of translator training the following creativity-boosting methods are quite effective: Mind Mapping, translation workshops, multiplicity in translation, creative controversy, the Frisco Method, Syntectics, etc. The issue of multiplicity of translation as a tool of creativity development has been studied in direct connection with the analysis of creative mechanisms of translation activity. The key findings of the study prove that although teaching creativity in translation is an ambitious task it is easily attainable with the creative approach to training.

Key words: translator training, creative and competence-based approaches, translator's creativity, translator's competences, creativity-boosting methods.

Formulation of the research problem and its significance. Translating process is undoubtedly a subtle art craft. Translator is a “*wordsmith*” (metaphor characterizing translator's job was introduced by A. Pattison) [16, pp. 84–94] and like a goldsmith or any other craftsman, he/she ought to possess numerous skills and competencies to become a real professional in his craft. These competencies and skills are obtained through life-long training/learning and practice, creativity being the key approach to creating the workmanship masterpiece. According to R. Mackenzie [13, p. 201] such an approach to translation process means using problem-solving strategies: “Many of the problems that face translators are of the open-ended kind, i.e. there is no pre-determined solution, they cannot be solved consciously under controlled conditions, and the solutions cannot be subjected to absolute verification. Thus their solution requires the use of problem-solving strategies that are creative in nature”. [12] Translator like a witness on the stand should hold up his right hand and swear to “tell the truth, the whole truth and nothing but the truth.” The quote is taken from the book *The Letters of Henry Wadsworth Longfellow*, a prominent American poet [11]. In the history of Ukrainian translation of the twentieth century there are some bright personalities who confirm the truth of this statement; figures, who have postulated and predetermined translation craft development for many years to come. “Ukraine can be proud of having such pillars of artistic translation as Grygorii Kochur and Mykola Lukash. No European country can boast of such high-grade translators, able to translate from more than three dozen languages. Here Ukraine holds the precedence/championship”, said Efim Etkind, an outstanding Russian translator, former dissident, speaking at the International Conference in Kyiv in 2000 [7].

Over the last decades research on translator training has strongly demonstrated that it is rather a controversial issue to teach translation. Many of the studies place importance on searching an answer to the question if translation is teachable at all. The problems of teaching translation, translator training, theoretical and practical aspects of teaching translation / interpretation in the system of higher education are highlighted in the works of the Ukrainian and foreign scholars: L. Chernovatii, O. Rebrii, A. Gudmanian, V. Karaban, L. Latishev, Iu. Rybinska, R. Mackenzie, P. Kussmaul, Ch. Nord, A. Pattison and many others.

Translator training has become extremely popular these days and educational institutions offer a great variety of competence-based training programs, courses, workshops with particular reference to the European Standard of Translation EN 15038:2006. It is important for Ukraine to revise curricula for the preparation of translators, taking into account global trends in the specialization of translation activities, where the issue of creativity or transcreativity is in the focus of attention. Thus our major task is to make the most of the positive aspects of the European experience in the system of training highly-qualified translators.

Although there is an increase of interest to the translator training programs at the universities, still we have to admit that there are few attempts to generalize the experience of the countries of the world with a view to utilize it in Ukraine for improving the efficiency of the translation competences formation and development. For instance, the Canadian experience may appear to be especially valuable. This country is reasonably considered “a translation country”. Due to the special attention given to the translators training in this country, they are rightfully recognized as one of the best in the world in the field of functional (pragmatic) translation [5].

Analysis of the research into the problem. Modern approaches to the translation process and accordingly to the translator training process are mostly based on the assumptions that translation / interpretation is both a creative and active communicative process. The translator's profession is quite versatile, it requires extensive erudition and high level of knowledge in a particular field (in which a translator specializes and works), well-developed communicative skills of inter-ethnic communication, fluency in both foreign and native language.

Good language skills are necessary but they are not enough to make a good translator, a true “wordsmith”, whose mastership is achieved through practice and training. In order to maximize the development of communicative abilities of future translators it is advisable to bring the communicative model of the learning process closer to the real conditions of working in a multinational environment. The western system of translator training is of the applied nature as it is based on the principles of creative and functional approaches to training. One of the strong adherents of this approach Nord (2009) emphasizes that translation teaching should be similar to the real practice of translation with the focus on the formation of the professional practical translation skills [13]. The theoretical disciplines are intended for the acquaintance with the basic translation concepts and expansion of the conceptual thesaurus of future translators. Thereby the emphasis is laid on the practical improvement of text activities in the native/target language [1].

Translator trainers face the challenge how to design the content of training process aimed at the development of special skills and competences, including creativity, which is of crucial importance for a professional translator and which enables him/her to be more competitive when entering the professional market.

Jayne Fox in her recent article (2017) entitled “Developing the skills to succeed as professional translator” argues that three principal skill sets for translator are: translation skills, writing skills and subject-matter skills.

O. Kovtun suggests to consider the content of teaching translation through the categories of *knowledge, skills and competences (-ies)* [3].

According to the scholars the major goal in the translator professional training is developing *special skills*. The most important of them are the following:

1. The ability to perform parallel actions both in source and target language, switch from one language to another. This ability partially arises spontaneously with the development of bilingualism, but it is necessary to bring it to the professional level, which is achieved through teaching translation equivalents and translation techniques through permanent bilingual actions – translations of texts and their fragments.

2. Performing parallel actions in two languages in the translation process requires the ability to move from the surface structure of the utterance to its deep structure and vice versa. If it's not possible to use a similar surface structure of the statements in target language. A translator looks for a deep structure in the source language trying to answer the question: what's the essence of the phrase? What did the author want to say? Then the translator seeks out to identify the ways this deeper meaning can be expressed in the target language.

3. A special skill that can be described as the ability to “depart, but not move away” is of particular importance. If it is impossible to apply a direct equivalent a translator is forced to “depart” from the original, but he tends to keep to its original meaning as close as possible. Such strategy of “least loss” is achieved primarily by varying the linguistic form, and by using the closest synonyms.

4. Translation competence includes the ability to select and properly use the techniques of translation and overcome difficulties associated with lexical, phraseological, grammatical and stylistic peculiarities of the source language [4].

The basic translation skills when brought together facilitate the development of the ability to analyze the source text, identify standard and nonstandard translation problems and choose the most appropriate solutions per each particular act of translation. The ability to edit one's own and others'

translations, identify and resolve semantic and stylistic errors, convincingly criticize and evaluate the suggestions are closely related to the major tasks of developing creative competence of the future professional in the translation domain.

Ie. Gakova, speaking about a successful competent professional translator of professionally oriented texts, argues “that formation of the professional competence should be formed in the course of creative didactic environment promoting formation and development of not only professional competences necessary for a future professional, but also behavioural competencies, such as creativity that promotes further effective activity. Creativity is: “not only the basis of all professional actions of a translator, but also his main privilege. Creativity is directly connected with a personal and psychological portrait of a translator, it is his vital foundation and accumulation” [2, p. 14].

According to PACTE Group there are six subcomponents of translation competence, which can be listed briefly as:

1. *Communicative Competence in two languages*, including linguistic, discourse and sociolinguistic competence.

2. *Extra-Linguistic Competence* composed of general world knowledge and specialist knowledge.

3. *Instrumental-Professional Competence* composed of knowledge and skills related to the tools of the trade and the profession.

4. *Psycho-Physiological Competence*, “defined as the ability to use all kinds of psychomotor, cognitive and attitudinal resources” including “psychomotor skills for reading and writing; cognitive skills (e.g. memory, attention span, creativity and logical reasoning); psychological attitudes (e. g. intellectual curiosity, perseverance, rigour, a critical spirit, and self-confidence)”.

5. *Transfer Competence*, which is “the ability to complete the transfer process from the ST (source text) to the TT (target text), i. e. to understand the ST and re-express it in the TL (target language), taking into account the translation function and the characteristics of the recipient”.

6. *Strategic Competence*, which includes “all the individual procedures, conscious and unconscious, verbal and non-verbal, used to solve the problems found during the translation process” [15, pp. 101–102].

Summing up the ideas of the researches into the problem under discussion we can draw the conclusion that when modeling development of a translator’s competence and acquisition of the wide range of skills an emphasis should be placed on the following items: communicative competence in source and target language, subject-matter competence and tools competence. In the terms of creativity skills formation associative competence (in other words, transfer competence) is extremely important. B. Harris and B. Sherwood (1978) have termed it as “innate translation ability” [9]. It must be encouraged so that it could become an element of translator’s self-confidence, a defining psychological feature of any successful professional.

Statement regarding the basic material of the research and the justification of the results obtained. Teaching creativity to future translators is an ambitious task and hotly debated issue. The creative approach concerns both teachers and students, teacher being a facilitator of the training process. Teachers should teach creatively if they want their students to be creative. It means that teachers using inventive approaches make learning more attractive, appealing, stimulating and efficient. The methods of teaching are aimed at developing student’s personal creative judgments and behavior. P. Kussmaul states in “Training the Translator”: “The emotions favorable for creative thought suggest that self-confidence is also one of the prerequisites for creative translation” [10, p. 51]. It is very important to like both the text which has to be translated and also the process of translating. Teachers should select texts with an appropriate level of difficulty for the specific stage of translator education” [10].

Creative translator trainers consistently encourage their students to explore creatively the potential of their mother tongue. L. Hewson suggested a *brief definition* of creativity in the translation classroom, having defined it in this context as “the ability to exploit the resources of both source and target languages in order to produce unpredictable micro-level translation solutions that are coherent with the macro-level interpretation of the text and are compatible with external parameters”.

In terms of the pre-service translator training the process requires intensive creative approach to teaching. Creativity is inherently personal and through a personal translation style translators manifest their creative approach. Translators do not read superficially. They assimilate and elaborate information as an integral part of their work process. Besides sufficiently developed competence in both source and target language future translator must be aware of various information-providing sources and know how to use them, e. i. to acquire skills of information literacy, which leads to the development of information competence – the ability to carry out in-search and critically work up the information. To obtain a creative learning product (a translated text) future translators learn different ways of processing information: classification, systematization, association, semantic guess.

All above mentioned translator's competences can be regarded as the key components of creativity as such. The most potent way to develop student's creativity is to be a role-model for them: students develop creativity not when you tell them to be creative, but when you demonstrate it to them.

The areas in which translator trainer should be competent are: professional translation practice (to work, for example, as a freelance translator); translation studies as an academic discipline; teaching skills.

Translation-oriented text analysis is an excellent creative translator's tool. Ch. Nord suggests three-component model of text analysis: 1) analysis of extra linguistic factors; 2) analysis of intralinguistic factors; 3) analysis of the effect. According to the scholar rereading of the text in the course of text analysis promotes creative understanding of it. This activity predetermines and facilitates self-confidence to be creative [14].

Translation is a re-creation or an actual creative writing in another language based on an original and thus can be regarded as a transmutation of the original. This naturally suggests that excellent writing skills are crucial. In translation, the "writing" element is the basic raw material translators use for their work. A creatively written text is a text creatively translated. To develop translation-oriented writing skills one should be exceptionally strong in target language creative writing and spend plenty of time reading texts written in their native language concerning the field the text under translation comes from.

It is in the classroom where future professional's translation competence formation begins. Modern technologies, aimed at the development of professional competences with an emphasis on the creativity skills, suggest a great variety of methods and strategies. In the context of translator training the following creativity-boosting methods seem to be quite effective: Mind Mapping, Brainstorming, Stellar explosion, The Method of the Thinking Hats, The Carousel, Multi-voting, Round Table, Group Interview, Creative controversy, The Frisco Method, Synectics, The Delphi Method etc.

Translation workshops on how to use translation creativity proved to be fairly effective to learn best practices to enhance one's own creativity. The most productive moments in translation workshops occurred when the students united their efforts in brainstorming the alternatives for a particularly difficult word, phrase, or idea for the target text. This activity often involved talking around or paraphrasing the problem before one of the students stumbled on what all the "co-authors" recognized as the best alternative.

We have successfully employed *mind mapping technique* in the translation practice classes and have ascertained that this creative method is really beneficial for developing students' creative thinking and skills. The main advantage of mind mapping is providing a student with the possibility to see the studied information as a whole. This technology is efficient in both teaching theoretical and practical subjects and in new ideas generation. It develops creative thinking and imagination that is definitely necessary for both translators and interpreters. Translators and interpreters have to deal with a great amount of information therefore they need to know the tools to process it and mind mapping suits the goal in the best possible way.

The use of mind mapping method is of even greater importance when students analyze a text they are to translate. Taking part in group discussions they present main ideas, key words and terms of the text in their interconnections. Mind maps help to divide the source text into some logical parts

and find appropriate approaches to their translation. In case students do not know the proper target language equivalent, using mind maps they can write it in source language not to halt or inhibit the creative flow by searching the equivalent. Mind mapping liberates from preconceived choices that limit the freedom of creativity in translation and its fidelity. With mind maps (in terms of T. Vorobiova: Maps of associations/associative maps) students are encouraged to explore different creative pathways to faithful translation of source language messages [17]. This method facilitates error correction, provides further opportunities for the analysis of pitfalls, etc. The study revealed that mindmapping is all-important and even indispensable for translator training and should be encouraged so that it could become an element of his “translator’s self-confidence”.

Multiplicity in translation is undoubtedly of great advantage too, fairly beneficial and rewarding in the translator training classroom. The problem of multiplicity of translation should be studied in direct connection with the analysis of creative mechanisms of translation activity: “Artistic translation can not live without creative competition; the final translation can not be “Final” because plurality is a natural attribute of artistic translation, associated with the notion of a creative personality, talent competition” [6, p. 173].

It is one of the best ways to get feedback on your work. In the classroom we suggest students to analyze the available translations of the source text, carried out either by the recognized professionals or made by their groupmates individually. Comparing the source and target language versions, the trainees consider what they might have translated differently or argue the translators’ findings and gaps. It is advisable to introduce the learning course “Translation Criticism” into the university curricula which would stimulate development of creativity in translation.

Conclusions. The creative approach to translator training process imposes a very hard responsibility on the trainers whose goal is to develop translator’s creative competence and educate translator-professional, to ensure that all students gain skills useful to their future professional activity. Hence they ought to make use of a number of methods to teach activities that help to acquire appropriate translation techniques. The results of the case study of the strategies aimed at the development of creativity in translation convincingly testify that translator trainers should teach their trainees creatively, to be role-models for them, stimulate a creative environment in the classroom, using methods and techniques to generate ideas and analyze them. Although teaching creativity in translation is an ambitious task, the findings of this study show it is easily attainable with creative approach to training. It is important for Ukraine to revise curricula for the preparation of translators, taking into account global trends in the specialization of translation activities, where the issues of creativity are in the focus of attention.

Bibliography

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – Київ : Вид. центр “Академія”, 2004. – 344 с.
2. Гакова Е. В. Роль креативності в процесі формування професійної компетентності перекладача / Е. В. Гакова. – М. : Изд-во РУДН, ВЕСТНИК РУДН, 2012. – № 1. – С. 11–18.
3. Ковтун О. В. Формування соціокультурної компетентності майбутніх перекладачів у процесі фахової підготовки [Електронний ресурс] / О. В. Ковтун // Наука і освіта. – 2015. – № 2. – С. 51–56. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2015_2_12
4. Комиссаров В. Н. Теоретические основы методики обучения переводу / В. Н. Комиссаров. – М. : РЕНА, 1997. – 112 с.
5. Скиба К. Особливості та сутність підготовки перекладачів в університетах Канади / К. Скиба // Молодь і ринок: щомісячний науково-педагогічний журнал. – Дрогобич, 2014. – № 3 (110). – С. 88–92
6. Топер П. Перевод и литература: творческая личность переводчика / П. Топер // Вопросы литературы. – 1998. – № 6. – С. 161–178.
7. Чередниченко О. Перекладацький доробок Григорія Кочура: до 100 - літнього ювілею Майстра / О. Чередниченко // Всесвіт. – 2009. – № 5–6. – С. 185–190.]
8. Gakova Ye. V. Competency – Based Approach To Effective Performance Of Future Competent And Creative Translators Of Professionally Oriented Texts / Ye. V. Gakova, E. K. Nikitina // Moscow State Pedagogical University European Scientific Journal. – March, 2014. – Vol. 10, № 8.

9. Harris B. *Translating as an Innate Skill* / B. Harris, B. Sherwood, // *Language, Interpretation and Communication*. – New York : Plenum Press, 1978. – P. 155–170.
10. Kussmaul P. *Training the Translator* / P. Kussmaul. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1995. – 177 p.
11. Longfellow H. W. *The Letters of Henry Wadsworth Longfellow* / H. W. Longfellow ; ed. by Andrew R. Hilen. – Belknap Press of Harvard University Press, 1982.
12. Mackenzie R. *Creative Problem-Solving and Translator Training*. / R. Mackenzie // *Translators' Strategies and Creativity*. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 1998. – P. 201–206.
13. Nord Ch. *Text in Situations (a functional model for text analysis in translation teaching)* / Ch. Nord // *Переводилінгвістика текста*. – М., 1994. – С. 105–127.
14. Nord Ch. *Text Analysis in Translation: Theory, Methodolgy and Didactic Application of Translation-oriented Text Analysis* / Ch. Nord. – Amsterdam : Rodopi, 1991. – 274 p.
15. PACTE Group. *Acquiring translation competence: Hypotheses and methodological problems in a research project* // *Investigating Translation* / A. Beeby, D. Emsinger, M. Presas (eds.). – Amsterdam : Benjamins, 2000. – P. 101–102.
16. Pattison A. *Painting with words* / A. Pattison // *Perspectives on Creative Writing and Translation Studies*. – L. : Continuum, 2007. – P. 84–94.
17. Worobjowa T. *Development of Critical and Creative Thinking Through Mindmapping* / T. Worobjowa // *Oswiata i Nauka Bez Granic PRO FUTURO*. – Lodz, 2013. – № 2 (1). Knowledge. Education. Law. Management. – P. 50–64.

References

1. Batsevych, F. S. 2004. *Osnovy komunikatyvnoyi linhvistyky: Pidruchnyk*. Kyiv: Vydavnychyy tsentr «Akademiya».
2. Hakova, E. V. 2012. Rol kreativnosti v protsesse formirovaniia professionalnoi kompetentnosti perevodchika. *Vestnik RUDN*. М.: Izd-vo RUDN. 1: (11–18).
3. Kovtun, O. V. 2015. Formuvannya sotsiokulturnoyi kompetentnosti maybutnikh perekladachiv u protsesi fakhovoyi pidhotovky. *Nauka i osvita*. 2: 51–56. http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2015_2_12.
4. Komissarov, V. N. 1997. *Teoreticheskie osnovy metodiki obuchenii perevodu* М. : REMA.
5. Skyba, K. 2014. Osoblyvosti ta sutnist pidhotovky perekladachiv v universytetakh Kanady. *Molod i rynek: shchomisyachnyy naukovo-pedahohichnyi zhurnal*. 3 (110): 88–92.
6. Toper, P. 1998. *Perevod i literatura: tvorcheskaya lichnost perevodchika*. *Voprosy literatury*. 6: 161–178.
7. Cherednychenko, O. 2009. *Perekladatsky dorobok Hryhoriya Kochura: do 100 - litnioho yuvileyu Maistra*. *Vsesvit*. 5–6: 185–190.
8. Gakova, Ye. V., Nikitina, E. K. 2014. Competency - Based Approach to Effective Performance of Future Competent and Creative Translators of Professionally Oriented Texts. *Moscow State Pedagogical University. European Scientific Journal* March 2014 edition vol.10, No.8 ISSN: 1857–7881 (Print) e - ISSN 1857-7431-259
9. Harris, B., Sherwood, B. 1978. *Translating as an Innate Skill*. In Gerver, D. & Sinaiko, H. (Eds.), *Language, Interpretation and Communication*. New York: Plenum Press. P. 155–170.
10. Kussmaul, P. 1995. *Training the Translator*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
11. Longfellow, Henry Wadsworth. 1982. *The Letters of Henry Wadsworth Longfellow*. Edited by Andrew R. Hilen. Belknap Press of Harvard University Press.
12. Mackenzie, R. 1998. *Creative Problem-Solving and Translator Training*. In A. Beylard-Ozeroff, J. Králová & B. Moser-Mercer (eds.), *Translators' Strategies and Creativity*, Amsterdam & Philadelphia, John Benjamins.
13. Nord, Ch. 1994. *Text in Situations (a functional model for text analysis in translation teaching)*. *Perevod i Lingvistika Teksta*. Moscow.
14. Nord, Ch. 1991. *Text Analysis in Translation: Theory, Methodolgy and Didactic Application of Translation-oriented Text Analysis*. Amsterdam – Atlanta: Rodopi.
15. PACTE Group. 2000. *Acquiring translation competence: Hypotheses and methodological problems in a research project*. In A. Beeby, D. Emsinger & M. Presas (eds), *Investigating Translation*, Amsterdam, Benjamins.
16. Pattison, A. 2007. *Painting with words*. *Perspectives on Creative Writing and Translation Studies*. – L.: Continuum.
17. Worobjowa, T. 2013. *Development of Critical and Creative Thinking Through Mindmapping*. *Oswiata i Nauka Bez Granic PRO FUTURO*. Knowledge. Education. Law. Management. 2 (1): 50–64. Lodz.

Воробійова Тетяна, Смалько Людмила. Підготовка перекладачів: навчання креативності в перекладі. У статті висвітлено питання навчання перекладу, підготовки перекладачів, теоретичного та практичного аспектів навчання перекладу в системі університетської освіти. У центрі уваги креативний та компетентісний підходи до підготовки перекладачів і ключові компетенції, які слід сформулювати. Автори пропонують кілька можливих способів максимального використання позитивних аспектів європейського досвіду в системі підготовки висококваліфікованих перекладачів та аналізують проблеми, з якими стикаються викладачі у процесі формування змісту навчального процесу, орієнтованого на розвиток спеціальних професійних компетенцій май-

бутніх перекладачів та розвиток їх креативних здібностей. Встановлено, що при моделюванні технології розвитку компетенцій перекладача та процесу набуття ними широкого кола навичок у центрі уваги має бути комунікативна компетенція як у мові оригіналу, так і мові перекладу, предметна й технологічна компетенції (перекладацький інструментарій). З боку університетської підготовки перекладачів, процес вимагає інтенсивного креативного підходу до навчання. Дослідження показало, що в контексті навчання перекладачів досить ефективними є такі методи підвищення рівня креативності, як метод асоціативних мап (Mind Mapping), майстер-класи з перекладу, множинність перекладу, творчі суперечки, метод Фріско й ін. Вивчено проблему множинності перекладів у безпосередньому зв'язку з аналізом креативних механізмів перекладацької діяльності. Основні висновки дослідження показують, що хоча навчання креативності в перекладах є амбітним завданням, його легко досягти за допомогою креативного підходу до навчання.

Ключові слова: навчання/підготовка перекладача, креативний та компетентнісний підходи, творчість перекладача, компетенції перекладача, методи стимулювання креативності в перекладі.

Воробьева Татьяна, Смалько Людмила. Подготовка переводчиков: обучение креативности в переводе.

В статье освещаются вопросы обучения переводу, подготовки переводчиков, теоретического и практического аспектов обучения переводу в системе университетского образования. В центре внимания креативный и компетентностный подходы к подготовке переводчиков, а также ключевые компетенции, которые следует сформировать. Авторы предлагают несколько возможных способов/путей максимально использовать позитивные аспекты европейского опыта в системе подготовки высококвалифицированных переводчиков и анализируют проблемы, с которыми сталкиваются преподаватели в процессе формирования содержания учебного процесса, ориентированного на развитие специальных профессиональных компетенций будущих переводчиков и развитие их креативных способностей. Установлено, что при моделировании технологии развития компетенций переводчика и процесса овладения ими широкого круга навыков в центре внимания должны быть: коммуникативная компетенция как в языке оригинала, так и языке перевода, предметная компетенция и технологическая компетенция (переводческий инструментарий). Исследование показало, что в контексте обучения переводчиков достаточно эффективны такие методы повышения уровня креативности, как метод ассоциативных карт (Mind Mapping), мастер-классы по переводу, множественность перевода, творческие споры, метод Фриско и др. Вопрос о множественности перевода как инструмента развития креативности изучался в прямой связи с анализом творческих механизмов переводческой деятельности.

Ключевые слова: обучение/подготовка переводчика, креативный и компетентностный подходы, творчество переводчика, компетенции переводчика, методы стимулирования креативности в переводе.

УДК 811.111'367.322

Світлана Гедз

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ ЗМІШАНОГО ТИПУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено дослідженню питань, які, незважаючи на те, що є загальними за своєю структурою, вимагають не лише підтвердження або заперечення свого пропозиційного змісту, але й експлікації певного його складника. Унікальність таких питальних речень, розглянутих нами як питальні речення змішаного типу, полягає в тому, що в цьому разі спеціальне питання функціонує в питальному реченні іншого типу – загальному. Необхідність роз'яснення певного компонента в таких питаннях проявляється експліцитно та імпліцитно. Експліцитне значення реалізується за допомогою експліцитного вираження всієї семантичної структури питального речення, а саме: запиту компетентності та предмету запиту. Імпліцитний запит інформації здійснюється шляхом використання в питальних реченнях цього зразка дейктичних слів, неозначених займенників, які вказують на наявність у знаннях мовця прогалини, яку необхідно заповнити відповідною інформацією.

Ключові слова: питальні речення, питальні речення змішаного типу, дейктичні слова, неозначені займенники, адресат, адресант.

Постановка наукової проблеми та її значення. Питальні речення є одним із найбільш інтенсивно досліджуваних типів речення в англійському мовознавстві. Причина цього полягає не лише в тому, що інтерогативні конструкції займають ключову позицію в процесі спілкуван-

ня, але й у великих прагматичних можливостях, які відкриває інтерогативність користувачам мови завдяки широкому діапазону комунікативної семантики питальних речень різних типів.

Мета і завдання статті – на основі вивчення питань і відповідей на них доповнити наявну таксономію питальних речень у сучасній англійській мові за рахунок питальних речень змішаного типу, описати й проаналізувати їхні лексико-семантичні, структурні та прагматичні особливості.

Аналіз дослідження цієї проблеми. Протягом десятиліть проблема інтерогативності привертала увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних учених (Т. А. Вакуленко, Г. С. Заїкін, Е. А. Істоміна, О. А. Казанлі, М. Н. Кіасашвілі, Г. Б. Ківівялі, Н. Н. Колесова, Р. Конрад, И. А. Королькова, В. И. Лагутін, С. С. Мірсеїтова, О. Г. Почепцов, Н. С. Стрельченко, Л. В. Цурикова, M. Bell, P. Brown, S. Levinson, E. N. Goody та ін.).

Дослідження питального речення пройшло два етапи: формально-структурний та семантичний і зараз перебуває на новому етапі – функціонально-семантичному, або ж прагмалінгвістичному. Це пояснюється загальною тенденцією до вивчення функціонально-орієнтованого аспекту речення, що панує в сучасній лінгвістиці. Синтаксис, завдання якого полягає у вивченні речення, довгий час обмежувався дослідженням його формальної будови, не беручи до уваги комунікативні цілі. На комунікативні цілі звертали увагу в тій мірі, у якій вони були закріплені в будові речення.

На сучасному етапі речення вивчаються з точки зору їх комунікативно-функціонального призначення в мовленнєвих актах спілкування. Адже використання багатьох граматичних явищ неможливо пояснити лише в термінах власне граматики, оскільки відношення, що існують між елементами висловлювання, не зводяться до чисто синтаксичних. Не все те, що є в мовленні, можна вивести з мови, адже мовлення відображає не тільки мовну систему, але й несе інформацію про дійсність, про адресанта та адресата тощо. Отже, лінгвістика мовлення – набагато складніша, ніж лінгвістика мови [2, с. 70].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Під час нашого дослідження ми звернули увагу на питання, які будучи структурно оформлені як загальні, потребують не лише підтвердження або заперечення свого пропозиційного змісту, але й розкриття якогось певного його компонента. Цей випадок унікальний тим, що в цьому разі спеціальне запитання функціонує не автономно, а в питальному реченні іншого типу – загальному. Ось чому питальні речення із щойно описаними комунікативно-функціональними особливостями були віднесені нами до питань змішаного типу. Ф. Кіфер, не виділяючи розглядувані питальні конструкції в окремий тип, досліджує їх у межах “так–ні” запитань [5, с. 97].

Проведений нами аналіз питань змішаного типу свідчить про наявність у них двох варіантів спеціально-питального значення: експліцитного та імпліцитного.

Експліцитне спеціально-питальне значення реалізується при експліцитному вираженні всієї семантичної структури питального речення, зокрема, запиту компетентності та предмету запиту (Опис семантичної структури питального речення зроблений О. Г. Почепцовим [3, с. 173]). У такому разі предмету запиту передує запит компетентності, адже заперечна відповідь на запит компетентності свідчить про необізнаність адресата щодо предмету запиту. Водночас, відповідь на предмет запиту є свідченням позитивної відповіді адресата на запит компетентності. Приклади питальних речень змішаного типу, семантична структура яких представлена експліцитно:

(1) She said, “You know that my father has told me to go away, to live somewhere else?”
“I heard him say that.”
“Do you know why?”

She said without conviction, “Because you were unkind to me” (Murdoch 1978, с. 199);

(2) “Do you know who it was?”

“It was the peyote Chief,” she said (Hillerman 1982, с. 132);

(3) “Do you know when the parcel was sent off?”

“Yes. On Friday morning” (Le Carré 1987, с. 11).

Позитивна відповідь на запит компетентності в питальному реченні змішаного типу, якщо вона не супроводиться відповіддю на предмет запиту, може сприйматися адресантом як інформаційно недостатня і спричинює повторну постановку спеціального питання з метою встановлення предмета запиту. Наприклад:

(4) *“Do you know why I haven’t done it so far?”*

“Yeah.”

“Why?”

“You couldn’t find me” (Chandler 1985, с. 167).

Про компетентність адресата щодо предмету запиту адресант судить з того, чи надійшла адресату інформація чи ні, про що він запитує в першій частині свого питання, у другій частині конкретизується характер інформації, необхідної мовцю. Продемонструємо цю модель питальних речень на таких прикладах:

(5) *“And did Dan say where he was going?”*

“He said he was going out. He just opened the door and went out. That was the last time” (Ackroyd 1993, с. 111);

(6) *“Did you see who it was?”* Ruth inquired.

Disgust larded Savage’s voice as he answered. “No” (Morris 1993, с. 58);

(7) *“Did you notice what kind of cigarettes Marriott smoked?”* I turned. “Yes. Brown ones. South American, in a French enamel case” (Chandler 1985, с. 75).

Питальне речення змішаного типу набуває експліцитного спеціально-питального значення у випадку, коли адресант перед тим, як звернутись із питанням спеціального характеру, запитує в адресата дозволу на нього, усвідомлюючи, що без цього його запит може бути сприйнятий співрозмовником як некоректний. (Дж. Іствуд вважає питання типу *Can I ask you how much you’re getting paid for the job?* непрямыми [4, с. 37]). Наприклад:

(8) *“May I ask you how old you are, Muriel?”*

“Yes. I’m thirty-four” (Murdoch 1978, 63);

(9) *“May I ask what you yourself, sir, do for a living?”*

“Nothing much. A little private research on seventeenth-century Germany” (Le Carre 1987, с. 33).

Негативна відповідь на запитання такого різновиду свідчить про те, що спеціально питальне значення адресатом не буде розкрито.

(10) *“May I ask why you’re so sure?”*

“No” (Hailey 1986, с. 256).

Як видно з прикладів, питальні речення змішаного типу з експліцитним спеціально питальним значенням є двоскладовими за своєю синтаксичною будовою. Їх перша частина збігається із загальним реченням, друга – із спеціальним (відмінність полягає лише в тому, що в такому разі допоміжне дієслово не розміщується після питального слова, що, як відомо, характерно для спеціального питального речення автономного функціонування). При цьому очевидним є основний характер першої частини та підрядний – другої.

Імпліцитне спеціально питальне значення з’являється в загальних (за своєю синтаксичною будовою) питальних реченнях, якщо запропоновану мовцем рему співрозмовник оцінює як помилкову. А тому, необхідність заміни її на правильну – для адресата стає очевидною. Своєю відповіддю адресат ідентифікує невідомий адресантові елемент ситуації, що вказує на:

а) особу (чи предмет):

(11) *“Are you Mr. Grayle?”*

“Certainly not, sir. I am the butler” (Chandler 1985, с. 106);

(12) *“Is this a letter you wrote?”*

“No, not me. Walter wrote it. You know the one” (Ackroyd 1993, с. 121).

б) місце тієї чи іншої події:

(13) *“Are you from Houston?”*

“No, from New Orleans” (Morris 1993, с. 77);

(14) *“Do you live down on Long Island too?”* she inquired.

“I live at West Egg” (Fitzgerald 1973, с. 35).

в) час виконання певної дії;

(15) “*You riding tomorrow?*” Megan asked.

“No. Not until Monday” (Morris 1993, с. 140);

(16) “*Did Clint leave you when Boone was young?*”

“He left before Boone was born” (Morris 1993, с. 251–252).

г) кількість предметів чи осіб:

(17) “*He got many people out here now?*” John asked.

“Just two” (Hemingway 1971, с. 398).

Дейктичні слова, що є ремою загального питального речення, надають йому імпліцитне спеціально-питальне значення.

(18) “*Is it far?*”

“Only a step” (Murdoch 1978, с. 60);

(19) “*You live near here, Nick?*”

“Next door” (Fitzgerald 1973, с. 104).

Як бачимо з прикладів, зважаючи на відносність понять “далеко-близько”, адресат вважає за потрібне максимально конкретизувати свою відповідь, наближаючи її тим самим до відповіді на спеціальне питання.

Загальні питальні речення мають значення спеціального питання (представлене імпліцитно), якщо до їх складу входять неозначені квантифікатори : *all, one, long, ever, often; some, any, every, no* та похідні від них складені займенники з *-body, -thing, -one* та інші, які своєю присутністю у реченні створюють додаткову область неясності. Ліквідувати цю неясність можна лише відреагувавши на таке запитання-стимул, як на питальне речення спеціального типу, тобто, інформацією конкретного характеру.

Підтвердимо сказане прикладами:

(20) “*Is there someplace warm?*” the blond man asked.

“Maybe the fireplace,” Chee said (Hillerman 1982, с. 189);

(21) “*Are there any jewels left?*” Mr. Hasbrook asked in surprise.

“Only the garnets and pearls,” Miss Pridwell replied (Walker 1990, с. 9);

(22) “*You saw and heard nothing else?*”

“The shooting, the explosions, lights-flashes from the guns, that is all” (Clancy 1990, с. 502).

Лише стверджувальна відповідь на запитання розглядуваного зразка не може вважатись вичерпною, наприклад:

(23) Softly, she said: “*You got something on your mind?*”

“Yes.”

“Something you want done? A favor?”

... She said: “My boy will come. He will tell you” (Capote 1989, с. 659).

З наведеного вище прикладу видно, що адресант оцінив позитивну відповідь на запитання *You got something on your mind?* як комунікативно недостатню, адже нерозкритим залишився неозначений елемент *something*. Для того, щоб з’ясувати цей елемент, мовець змушена була звернутися до своєї співрозмовниці з новими запитаннями.

Спеціально питальне значення характерне для тих загальних питальних речень, істинність/неістинність пропозиції яких очевидна як адресату, так і адресанту у зв’язку з особливістю їх семантичного наповнення. Наприклад:

(24) “*This friend of yours – does she have a name?*”

“I’d prefer not to mention it at the moment” (Chandler 1985, с. 50);

(25) “*You got a name?*” the gunnery sergeant asked. He punctuated the question by pressing his muzzle into the pilot’s neck.

“Bert Russo, I’m –” (Clancy 1990, с. 210).

Як бачимо, комунікативно-функціональною метою запитань прикладів, поданих вище, які оформлені як загальні, не є підтвердження чи заперечення пропозиційного змісту, адже стверджувальна відповідь на них для учасників акту комунікації більш ніж очевидна. Даючи такі запитання, мовець прагне отримати інформацію лише конкретного характеру. У цьому випадку наведені загальні питання за своєю семантичною цінністю рівнозначні спеціальному питанню *What is her (your) name?* До речі, неважко помітити, що всі питальні речення, які згідно комунікативно-функціональних ознак ми відносимо до питань змішаного типу, легко можна трансформувати із загальних (за своєю синтаксичною будовою) питальних речень у спеціальні [1, с. 43–49].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Приклади питань змішаного типу з імпліцитним спеціально питальним значенням свідчать про те, що в межах питального речення, яке є, як відомо, прямою формою вираження мовленнєвого акту квеситиву, поруч із ознаками інтерогативності, які традиційно виділяються лінгвістами (характерний порядок слів, використання питальних слів, відповідного інтонаційного та графічного оформлення), можуть існувати інші ознаки запитальності, що ми відносимо до непрямих засобів вираження інтерогативного значення. Своєю появою в питальному реченні вони свідчать про наявність у знаннях мовця ще однієї прогалини, яку необхідно заповнити відповідною інформацією. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в проведенні порівняльного аналізу особливостей комунікативної семантики питальних речень змішаного типу в англійській мові з аналогічними конструкціями в українській.

Дж ерела та література

1. Гедз С. Ф. Комунікативно-прагматичні особливості висловлювань з інтерогативним значенням у сучасній англійській мові : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / С. Ф. Гедз. – Київ, 1998. – С. 43–49.
2. Дудник Л. В. Экстралингвистическая обусловленность вариативности речи (на материале структурных вариантов речевого действия) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.19 / Л. В. Дудник. – М., 1982. – С. 70.
3. Почепцов О. Г. Семантика и прагматика вопросительного предложения (на материале английского языка) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / О. Г. Почепцов. – Киев, 1979. – 173 с.
4. Eastwood J. Oxford Guide to English Grammar / J. Eastwood. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1995. – 446 p.
5. Kiefer F. Yes-No Questions as WH-Questions / F. Kiefer // Speech Act Theory and Pragmatics. – Dordrecht ; Boston : Reidel, 1980. – P. 97–119.

Дж ерела ілюстративного матеріалу

1. Ackroyd P. Hawksmoor / P. Ackroyd. – London : Penguin Books, 1993. – 217 p.
2. Capote T. A Capote Reader / T. Capote. – London : An Abacus Book, 1989. – 722 p.
3. Chandler R. Farewell, My Lovely / R. Chandler. – London : Penguin Books, 1985. – 253 p.
4. Clancy T. Clear and Present Danger / T. Clancy. – Glasgow : Harper Collins, 1990. – 816 p.
5. Fitzgerald F. S. The Great Gatsby / F. S. Fitzgerald. – Kyiv : Dnipro, 1973. – 181 p.
6. Haily A. Strong Medicine / A. Haily. – New York : A Dell Book, 1986. – 445 p.
7. Hemingway E. Selected Stories / E. Hemingway. – Moscow : Progress, 1971. – 398 p.
8. Hillerman T. People of Darkness / T. Hillerman. – Ottawa : Avon Books, 1982. – 191 p.
9. Le Carre J. A Murder of Quality / J. Le Carre. – London : Penguin Books, 1987. – 156 p.
10. Morris G. Revenge at the Rodeo / G. Morris. – New York : Baker Book, 1993. – 316 p.
11. Murdoch I. The Time of the Angels / I. Murdoch. – London : Triad Panther, 1978. – 224 p.
12. Walker L. My Lady's Deception / L. Walker. – New York : Zebra Books, 1990. – 256 p.

References

1. Hedz, Svitlana. 1998. "Komunikatyvno-pragmatychni osoblyvosti vyslovliuvan z interogatyvnym znacheniam u suchasniy angliiskii movi". Dys PhD. Kyiv. 43–49.
2. Dudnik, L. 1982. "Ekstralingvisticheskaia obuslovlieniost variativnost rechi (na materialie strukturnykh variantov rechevogo deistviia)". Dys PhD. Moskva. 70.
3. Pochentsov, O. 1979. Semantika i pragmatika voprositel'nogo priedlozheniia (na materialie angliiskogo yazyka). Dys PhD. Kyiv. 173.
4. Eastwood, John. 1995. Oxford Guide to English Grammar. 446. Oxford: Oxford Univ. Press.
5. Kiefer, Ferenc. 1980. "Yes-No Questions as WH-Questions" Speech Act Theory and Pragmatics. 97-119. Boston: Reidel.

6. Ackroyd, Peter. 1993. Hawksmoor. London: Penguin Books.
7. Capote, Truman. 1989. A Capote Reader. London: An Abacus Book.
8. Chandler, Raymond. 1985. Farewell, My Lovely. London: Penguin Books.
9. Clancy, Thomas. 1990. Clear and Present Danger. Glasgow: Harper Collins.
10. Fitzgerald, Francis Scott. 1973. The Great Gatsby. K.: Dnipro.
11. Hailey, Arthur. 1986. Strong Medicine. New York: A Dell Book.
12. Hemingway, Ernest. 1971. Selected Stories. Moscow: Progress.
13. Hillerman, Tony. 1982. People of Darkness. Ottawa, Avon Books.
14. Le Carre, John. 1987. A Murder of Quality. London: Penguin Books.
15. Morris, John. 1993. Revenge at the Rodeo. New York: Baker Book.
16. Murdoch, Iris. 1978. The Time of the Angels. London: Triad Panther.
17. Walker, Lou. 1990. My Lady's Deception. New York: Zebra Books.

Гедз Светлана. Лексико-семантические и прагматические характеристики вопросительных предложений смешанного типа в современном английском языке. Посвящено исследованию вопросов, которые несмотря на то, что являются общим по своей структуре, требуют не только подтверждения или отрицания своего пропозиционального содержания, но и экспликации определенной их составляющей. Уникальность таких вопросительных предложений заключается в том, что в этом случае специальный вопрос функционирует в вопросительных предложениях другого типа – общего. Такие вопросительные предложения рассматриваются нами как вопросительные предложения смешанного типа. Необходимость разъяснения определенного компонента в вопросах данного типа проявляется эксплицитно и имплицитно. Эксплицитное значение реализуется с помощью эксплицитного выражения всей семантической структуры вопросительного предложения, а именно, запроса компетентности и предмета запроса. Имплицитный запрос информации осуществляется путем использования в вопросительных предложениях данного образца дейктических слов, неопределенных местоимений, указывающих на наличие пробелов в знаниях говорящего, которые необходимо заполнить определенной информацией.

Ключевые слова: вопросительные предложения, вопросительные предложения смешанного типа, дейктические слова, неопределенные местоимения, адресат, адресант.

Hedz Svitlana. Lexical, Semantic and Pragmatic Characteristics of Mixed Type Interrogative Sentences in Modern English. The article is devoted to the study of the questions which being general by their structure require not only the confirmation or denial of their propositional content but also the clarification of certain components. The uniqueness of such interrogative sentences lies in the fact that in this case a special question (WH-question) functions in the interrogative sentence of a different type, namely, in a general question. Interrogative sentences of this type are considered as a mixed type interrogative sentences. The need for clarification of a particular component in such questions may be manifested either explicitly or implicitly. The explicit meaning is displayed with the help of the explicit expression of the whole semantic structure of the interrogative sentence, i.e., by means of the inquiry about competence and the subject of the inquiry. The implicit request for information is carried out by using deictic words and the indefinite pronouns which indicate that there is a gap in the speaker's knowledge that must be filled in with some relevant information.

Key words: interrogative sentences, mixed type interrogative sentences, deictic words, indefinite pronouns, addressee, sender.

УДК 811.112.2'42+811.112.2:39

Олена Грибок

ВИРАЖЕННЯ ІМПЛІЦИТНОСТІ СТЕРЕОТИПІВ У ПОБУТОВОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена виявленню індикаторів імпліцитних стереотипів у побутовому дискурсі німців та їхній вплив на процес комунікації через формування моделі мовної поведінки з метою досягнення успішності мовленнєвих актів, особливо під час інтерпретації непрямих мовленнєвих актів. До таких індикаторів належать одиниці всіх мовних рівнів, зокрема: лексичні одиниці з контекстуалізаційною функцією, що відносяться до родини слова або лексико-семантичного поля, граматичні засоби, прецедентні феномени, алюзійні елементи, метафори і порівняння. Імплицитні стереотипи функціонують на рівні пресупозицій, зокрема знання світу,

ситуації, тексту, повсякденних знаннях, та виявляються на рівні імплікатур дискурсу, серед яких дієвими виявилися насамперед максима модальності й максима релевантності.

Ключові слова: імплікатури, імпліцитний стереотип, індикатор, контекстуалізація, пресупозиція.

Постановка наукової проблеми та її значення. Поняття “імпліцитності” (інтонації, латентності) розглянуто в багатьох роботах вітчизняних і зарубіжних мовознавців у дихотомії з експліцитністю. Лінгвістичні прийоми, з якими пов’язано вираження стереотипів у дискурсі, діляться на дві великі категорії: семантичні й стилістичні. Семантичні прийоми безпосередньо відображають і створюють стереотипи в дискурсі. Стилiстичні прийоми прикрашають стереотипи, виражені іншими мовними засобами, роблять описуваний стереотип яскравішим та рельєфнішим [1, с. 65]. Не вся інформація, що вкладається в дискурс, виражається експліцитно. Частина імпліцитно вираженої інформації передається за допомогою різних вербальних засобів і певних дискурсивних тактик. Якщо експліцитні стереотипи повною мірою змістовно виражаються на поверхневому рівні, то імпліцитні стереотипи розпізнаються за іншими критеріями: їх зміст виводиться на основі різного роду чинників. І експліцитні, й імпліцитні стереотипи впливають на процес комунікації, оскільки “задають” зразок мовної поведінки.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Аналіз стереотипів як когнітивних елементів культурно-специфічних уявлень, що мають експліцитні й імпліцитні форми вираження, досліджені недостатньо, що й зумовлює **актуальність** теми цієї роботи.

Мета роботи – виявлення індикаторів імпліцитних стереотипів у побутовому спілкуванні німців. Об’єктом дослідження є мовні одиниці різних рівнів щодо їх здатності актуалізувати імпліцитні стереотипи німців, а також експлікувати їх. Матеріалом для статті слугують діалоги, вибрані з коротких оповідань і романів німецькомовних авторів періоду 1980–2015 рр.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Імпліцитні стереотипи, на відміну від експліцитних, не мають усталених форм вираження. Проте, у той чи той спосіб вони “дають про себе знати”. Вираження імпліцитних стереотипів здійснюється на різних мовних рівнях: від окремих слів до синтаксичних структур і цілих текстових блоків. Але сам стереотип формується і не має змістовного вираження на поверхневому рівні.

Імпліцитні стереотипи існують на рівні пресупозицій та імплікатур дискурсу [3]. Д. Вундерліх розділяє загальні та спеціальні пресупозиції [6]. Якщо загальні пресупозиції пов’язують із предметним аспектом комунікації, то спеціальні спрямовані на її кооперативність. Загальні пресупозиції містять загальні знання та уявлення комунікантів. Об’єктивація стереотипізованих знань здійснюється різними засобами (= індикаторами імпліцитних стереотипів). Розглянемо їх докладніше (зауважимо, що імпліцитний стереотип може бути легко експлікованим. Така трансформація слугує одним зі способів підтвердження наявності імпліцитного стереотипу).

1. Індикаторами імпліцитних стереотипів слугують загальноновживані лексичні одиниці, які описово розкривають суть певного стереотипу. На основі таких одиниць у свідомості слухача / читача актуалізується відповідний ментальний стереотип. Розпізнавання здійснюється в зворотному напрямі – від одиниці до стереотипу. У науково-теоретичному плані цей чинник заклав основу аналізу, характерного для другої хвилі так званого прагматичного перевороту, який ознаменував звернення до повсякденної живої мови. Його метою було формування універсальних правил утворення й успішності мовленнєвих актів, особливо інтерпретації непрямих мовних актів.

Друга хвиля прагматичного перевороту, згідно з Г. Файльке [5, с. 217], зосередила увагу дослідників на: а) письмовій мові поряд з усною; б) культурній специфіці замість універсальності; в) поверхневій структурі (оформленні) замість глибинної (генералізації компетенцій), коли стиль поверхневого оформлення вирішує, про який вид тексту говориться; г) контекстуалізації замість контексту як основи розуміння (контекст розглядають як наслідок тексту: певні елементи в тексті відповідають за те, що різні читачі / слухачі відтворюють той самий контекст) [4, с. 44–45]. Саме лексичні одиниці з контекстуалізуючою функцією виражають

імпліцитний стереотип (вводять це висловлювання / клькка висловлювань у контекст дії відповідного стереотипу), наприклад:

1) *Nur Hörner hatte er keine, er war nicht verheiratet* [12, с. 78].

Лексичні одиниці *Hörner* і *nicht verheiratet sein* умищують це висловлювання в контекст дії стереотипу, який міг би вербалізуватися словосполученням “*dem Ehemann / der Ehefrau Hörner aufsetzen = betrügen*” (“Наставити роги” чоловікові або дружині).

2) *...In der Hölle gibt es nämlich keine Sünde. Es ist wie auf der Alm, nur klimatisch nicht so gut. Wie sollte man hier auch sündigen? Jede Seele hat ihr Auskommen, Geld gibt es keins, Frauen auch nicht, sie sind in der anderen Abteilung!* [12, с. 77].

Є думка (стереотип), що до гріха призводять гроші й жінки. У наведеному фрагменті наявні лексичні одиниці *keine Sünde – kein Geld – keine Frauen*. Контекстуалізація посилюється риторичним питанням (лексика + граматика): *Wie sollte man hier auch sündigen?*

Контекстуалізації (в нашому випадку актуалізації імпліцитного стереотипу) сприяють лексичні одиниці, які є однокореновими, належать до одного лексико-семантичного поля і вербалізують основну ознаку стереотипу експліцитно. Наприклад:

1) *der sparsame Ehemann, Sparsamkeitsapostel, Sparstrumpf, sparsam, Sparsamkeit u. a.* (імплікація стереотипу “*Die Deutschen sind sparsam*”).

– “*Ich werde ihm sagen, daß ich mir jahrelang etwas vom Haushaltsgeld zurückgelegt habe*”.

– “*Ob er das glaubt*”.

– “*Das muß er einfach glauben! Er wird mich sogar wegen meiner Sparsamkeit bewundern, und dann werde ich ihm erklären, daß er jetzt auch mal ein bißchen sparen und mir einen kleinen Gebrauchtwagen kaufen soll*” [10, с. 281].

Такі лексичні одиниці, як *sparen, Sparsamkeit bewundern, vom Haushaltsgeld etwas zurücklegen* контекстуалізують наведені висловлювання у сферу дії стереотипу “*Die Deutschen sind sparsam*”.

2) *Pünktlichkeit, pünktlich sein, nicht spät, nicht zu früh, vorwurfsvoll auf die Uhr sehen u. a.* Уживання таких одиниць імплікують “*Die Deutschen sind pünktlich*”.

“*Frau Brauer scheint die Sitten des Orients übernehmen zu haben, denn soviel man weiß, spielt doch Pünktlichkeit in diesen Ländern überhaupt keine Rolle. Es war drei Minuten nach vier!*” [10, с. 104].

2. Стереотипи імплікуються також граматичними засобами. До них належать передусім сполучники, вживання яких на перший погляд здається алогічним. Однак у контексті дії імпліцитного стереотипу їх вживання стає зрозумілим. З іншого боку, таке “алогічне” вживання сполучників є інформативним для комуніканта, який може зробити певний висновок щодо стереотипних уявлень на рівні імплікацій або комунікативних імплікатур Грайса [2]:

1) *Morgen kommen meine Schwiegereltern zu Besuch, aber sie sind ganz nett.*

2) *Du willst mit nem Jungen zelten fahren? Aber du hast ja noch nicht mal die Lehre zu Ende!*

3) *Obwohl sie bald zwanzig wird, wohnt sie immer noch zu Haus* [11, с. 84].

Приклад 1) демонструє упереджене ставлення (негативний стереотип) до батьків чоловіка / дружини. (Стереотип “*Die Deutschen haben negative Einstellung zu Schwiegereltern*”) Стереотип імплікується саме за допомогою адверзативного сполучника *aber*. Мовець діє ніби “на випередження”, заспокоюючи співрозмовника: батьки чоловіка не підпадають під категорію поганих людей. Приклад 2) свідчить про вічне побоювання батьків за дочок. Сполучник *aber* робить несумісними поняття *zelten mit einem Jungen vs die Lehre zu Ende bringen* (Стереотип “*Mit einem Jungen zelten bedeutet die Lehre hinzuschmeissen*”) Приклад 3) демонструє національну специфіку німців: діти рано покидають рідну домівку й самостійно наймають житло.

Функцію експлікації імпліцитних стереотипів виконують частки *schon, ja, nur, doch*; корелат *dabei*, які пов’язують суперечливі ознаки, стан справ, дії і т. д. Наприклад:

1) *Wir haben uns halbtot gelacht, dabei hatten wir keinen Schluck getrunken.*

2) *Setzt dich nicht so hin, bist doch schließlich ein Mädchen.*

3) *Mich haben sie in München nachts um zwei aus dem Bett geholt, nur weil jemand ein bisschen an mein Auto gefahren war!* (Spanier) [11, с. 85].

Відомі стереотипи можуть мати варіативні форми свого вираження. Порівняймо:

1) *Die Männer lieben mit den Augen.*

2) *Die meisten Mädchen möchten aber lieber hübsch als intelligent sein, weil die meisten Männer besser sehen als denken können* [10, с. 307].

Друге висловлювання містить варіант експліцитного вираження стереотипу першого (варіативність по лінії належності до одного лексико-семантичного поля: *mit Augen lieben = besser sehen können als denken*). Цей стереотип імплікується:

а) метафорами: *“Also doch! Fliegt auf ein angemaltes Puppengesicht genauso schnell herein wie alle anderen”* [10, с. 254];

б) усталеними виразами: *“Wie alle Männer hatte Rolf ein Faible für attraktive Frauen, und daß Frau Gundloff zu dieser Kategorie zählte, ließ sich nicht bestreiten”* [10, с. 82];

в) порівняннями-протиставленнями: *“Zum Glück ist es bei uns genau umgekehrt, oder habt ihr schon mal eine Frau gesehen, die einen Idioten heiratet, nur weil er schöne Beine hat?”* [11, с. 308]; *“Frauen sehen das, was sie wollen. Und die Männer wollen das, was sie sehen”* (Aus *“Winni-the-Pooh”*) [9, с. 272].

3. Імпліцитний стереотип може виражатися за аналогією на рівні імплікатури, коли наводиться низка експліцитних стереотипів, наприклад:

“Jeder wird begreifen, daß ich nach Feierabend oder in Urlaub wenig Neigung zum Lachen verspüre: Der Melker ist froh, wenn er die Kuh, der Maurer glücklich, wenn er den Mörtel vergessen darf. Zuckerbäcker zieht die Wurst dem Brot vor; Stierkämpfer lieben den Umgang mit Tauben, Boxer werden blaß, wenn ihre Kinder Nasenbluten haben: Ich verstehe das alles, denn ich lache nach Feierabend nie. Ich bin ein todesernster Mensch, und die Leute halten mich - mit Recht - für einen Pessimisten” [7, с. 38]

Цей цілий текстовий блок нагадує прислів'я *“Der Schuster trägt immer die schlechtesten Stiefel”*. Професією героя оповідання Г. Бюлля *“Der Lacher”* було смішити людей. Перераховані представники різних професій не люблять займатися професійними обов'язками поза робочим часом. Аналогічно поводитьься і персонаж Г. Бюлля.

4. Імпліцитний стереотип стає основою розуміння висловлювань з алюзійними елементами, які є нагадуванням (або натяком) на прецедентні феномени. Як показує фактичний матеріал, у німецькому суспільстві спостерігається упереджене ставлення (негативний стереотип) до поліцейських. Вони порівнюються з *Raubritter des Mittelalters* (прецедентний феномен), для позначення їхніх дій використовується негативно забарвлена лексика (*Parkplatzhyänen*), в авторських ремарках відзначається негативна реакція водіїв (*wütend aufs Gaspedal treten* ua). Наприклад:

1) <...> *“Sofort tauchte ein Polizist auf, zückte seinen Kugelschreiber und füllte den Strafzettel aus – im Rheinland “Knöllchen” genannt. Freundlich lächelnd reichte er das Knöllchen in den Wagen, tippte an seine Mütze und bezog wieder Posten hinter der Litfaßsäule”*.

“Wer behauptet eigentlich, daß es Raubritter nur im Mittelalter gegeben hat?” Frau Heinze stopfte die Zahlkarte ins Handschuhfach, steuerte in die nächste Seitenstraße und schlich im Schneckentempo vorwärt” [10, с. 286].

2) <...> *“Sie kurbelte das Fenster wieder hoch. Wahrscheinlich hat er sein Soll an Straffzetteln schon erfüllt. Ich habe auch einen gekriegt. Warum hast du mir das nicht früher gesagt? Verlorene Schlüssel sind höhere Gewalt, das hätte ich ihm schon begreiflich gemacht”*.

“Da kennst du aber die Parkplatzhyänen schlecht! Wütend trat ich aufs Gaspedal und fädelt mich in den Verkehr ein” [10, с. 198–199].

Упереджене ставлення до поліцейських, як бачимо, зумовлено нескінченними штрафами за порушення правил дорожнього руху. Експліцитно це упередження не виражено, проте імплікується низкою мовних одиниць і немовних реакцій водіїв. Прецедентний феномен *Raubritter* – це алюзія на лицарів, які жили за рахунок пограбувань на дорогах в Середньовіччі

(*Raubritter – im späten MA – vom Straßenraub lebender Ritter* [13, с. 1008]); для характеристики поліцейських використовується метафора з негативною асоціацією з гієнами (*Parkplatzhyänen*), що підстерігають на парковках; штрафи (*Strafzettel = Knöllchen*), іронічне *Strafmandat* – усе це свідчить про негативні емоції у водіїв. Звідси і негативний стереотип. Крім того, сформувався негативне уявлення про “зобов’язання” поліцейських або “плану” збору штрафів (*sein Soll an Strafzettel erfüllen*).

5. Імплицитні стереотипи виявляють себе в різного виду порівняннях; основне навантаження припадає при цьому на основу й еталон порівняння (у структурі порівняльної конструкції виділяються одиниці, відповідні термінам порівняння: об’єкт, еталон, суб’єкт, основа (ознака, за яким встановлюється подібність / відмінність), предикат операційного або результативного порівняння. Особливістю порівнянь є те, що вони імплікують стереотипне уявлення про ідеал порівняння. Наприклад: *zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk* [9, с. 181]; *Too-much-Information-Mutti ist wie Krupp-Stahl* [9, с. 169]; <...> *Der andere ist ein dunkler, blasser Grüblertyp, er gleicht einem Romantiker des 19. Jahrhunderts* [8, с. 141].

6. Імплицитні нормативні стереотипи актуалізуються описовим фрагментом тексту, або цілим текстом. Наприклад:

“Zuhören und Antworten sind einfach nur zwei im Männerhirn völlig voneinander abgekoppelte Prozesse. Manchmal gibt derjenige Mann die bessere Antwort, der gerade nach einer dreijährigen Amazonas-Expedition durch die Tür kommt und gar nicht weiß, was gefragt wurde. Während Schatzi, reziprok gesehen, nach zehn Jahren Dauerdiallog mit mir immer noch keine Antwort weiß auf die Frage: Was will diese Frau eigentlich von mir?” [10, с. 123]

Імплікується стереотип “Männer sind vom Mars, Frauen – vom Venus”.

Імплицитні стереотипи об’єктивуються на основі експліцитно вираженого переосмислення наявних стереотипів. Так, відомий німецький стереотип “Die Frauen charakterisieren sich durch drei K (Kinder, Kirche, Küche)” на сучасному етапі змінюється, про що свідчать різні образи жінки-матері в бестселері К. Кесслер: *die Rudel-Mutti, die Generalstabs-Mutti, die Piepsmaus-Mutti, die Too-much-Information-Mutti, die Journalisten-Mutti, die Tussi-Mutti, die Heile-Welt-Mutti, die Busy-Busy-Mutti, die Problem-Mutti, die Nervensäge-Mutti, die Prosecco-Mutti, die Katja-Mutti, die Vati-Mutti* [9, с. 141–219].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Імплицитні стереотипи існують на рівні пресупозицій і виявляються на рівні імплікатур дискурсу. До основних індикаторів, що об’єктивують імплицитні стереотипи, належать одиниці всіх мовних рівнів.

Перспективним для подальшого дослідження вважаємо аналіз ідеолектальних стереотипів представників німецькомовної спільноти.

Джерела та література

1. Бергельсон М. Б. Прагматическая и социокультурная мотивированность языковой формы / М. Б. Бергельсон. – М. : Университ. кн., 2007. – 320 с.
2. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 217–238.
3. Падучева Е. В. Динамические модели в семантике лексики / Е. В. Падучева. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 607 с.
4. Bubenhofer N. Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs und Kulturanalyse (Sprache und Wissen 4) / N. Bubenhofer. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2009. – 388 s.
5. Feilke H. Oberfläche und Performanz: Untersuchung zur Sprache als dynamischer Gestalt (Monte Verita) / H. Feilke. – Tübingen : Niemeyer, 2009. – 521 s.
6. Wunderlich D. Pragmatik, Sprechsituationen / D. Wunderlich. – Frankfurt : Deixis ; LiLi 1/2, 1971. – S. 153–190.
7. Böll H. Der Lacher / H. Böll. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 2008. – S. 37–40.
8. Danella U. Szene aus dem Familienleben / U. Danella. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 2008. – S. 141–154.
9. Kessler K. Der Tag, an dem ich beschloss, meinen Mann zu dressieren / K. Kessler. – München : Diana Verlag, 2011. – 204 s.
10. Sanders E. Radau im Reihenhause / E. Sanders. – München : Wilhelm Heyne, 1986. – 348 s.
11. Sichtwechsel Elf Kapitel zur Sprachsensibilisierung // Ein Deutschkurs für Fortgeschrittene. – Stuttgart : Emst Klett Verlage VG, 1984. – 225 s.
12. Spoerl H. Ich fahre in die Hölle / H. Spoerl. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 2008. – S.76-81

13. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch. 8., vollst.neu bearb.und aktualisierte Aufl. / G.Wahrig. – Gütersloh : Wissen-Media-Verlag, 2008. – 1728 s.

References

1. Bergelson, Mira. 2007. *Pragmatischekaia i Sociokulturnaia Motivirovannost Yazykovoï Formy*. Moskva: Universitetskaia kniga.
2. Grice, Herbert Paul. 1985. “Logika i Rechevoie Obshcheniie”. In *Novoie v zarubezhnoi lingvistike*, 16: 217–238. Moskva: Progress.
3. Paducheva, Elena. 2004. *Dinamicheskie Modeli v Semantike Leksiki*. Moskva: Yazyki slavianskoi kultury.
4. Bubenhofer, Noah. 2009. *Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse (Sprache und Wissen)*. Berlin; New York: de Gruyter.
5. Feilke, Helmut. 2009. *Oberfläche und Performanz: Untersuchung zur Sprache als dynamischer Gestalt (Monte Verita)*. Tübingen: Niemeyer.
6. Wunderlich, Dieter. 2007. *Pragmatik, Sprechsituationen*. Frankfurt: Deixis.
7. Böll, H. 2008. *Der Lacher*. München: Wilhelm Heyne Verlag, 37–40.
8. Danella, U. 2008. *Szene aus dem Familienleben*. München: Wilhelm Heyne Verlag, 141–154.
9. Kessler, K. 2011. *Der Tag, an dem Ich Beschloss, meinen Mann zu Dressieren*. München: Diana Verlag.
10. Sanders, E. 1986. *Radau im Reihenhause*. München: Wilhelm Heyne.
11. “Sichtwechsel Elf Kapitel zur Sprachsensibilisierung”. 1984 In *Ein Deutschkurs für Fortgeschrittene*. Stuttgart: Ernst Klett Verlage VG.
12. Spoerl, H. 2008. *Ich fahre in die Hölle*. München: Wilhelm Heyne Verlag, 76–81.
13. Wahrig, G. 2008. *Deutsches Wörterbuch*. Gütersloh: Wissen-Media-Verlag.

Грибок Елена. Выражение имплицитности стереотипов в бытовом дискурсе. Статья посвящена выявлению индикаторов имплицитных стереотипов в бытовом дискурсе немцев и их влиянию на процесс коммуникации через формирование модели речевого поведения с целью достижения успешности речевых актов, особенно во время интерпретации косвенных речевых актов. К таким индикаторам относятся единицы всех языковых уровней, в частности: лексические единицы с контекстуализирующей функцией, относящиеся к семейству слова или лексико-семантическому полю, грамматические средства, прецедентные феномены, аллюзийные элементы, метафоры и сравнения. Имплицитные стереотипы существуют на уровне пресуппозиций, в частности знании мира, ситуации, текста, повседневных знаниях, и проявляются на уровне имплицатур дискурса, среди которых действенными оказались прежде всего максима модальности и максима релевантности.

Ключевые слова: имплицатуры, имплицитный стереотип, индикатор, контекстуализация, пресуппозиция.

Grybok Olena. Implicit Manifestation of Stereotypes in the Every-day Discourse. The article deals with the finding of indicators of implicit stereotypes in the every-day discourse of Germans and their influence on the process of communication through the formation of a model of linguistic behavior in order to achieve the success of speech acts, especially during the interpretation of indirect speech acts. These indicators include lexical items with contextualization function belonging to the family of words or lexical-semantic field, grammar tools, case phenomena, allusion elements, metaphors and comparisons. The implicate stereotypes exist at the level of presuppositions, in particular in the knowledge of the world, situation, text, everyday knowledge, and are found at the level of implicators of discourse, among which the most effective were the maxim of modality and the maxim of relevancy. This article deals with the finding of indicators of implicit stereotypes in the everyday discourse of Germans, and their influence on the process of communication by the formation of a model of linguistic behaviour in order to achieve success in speech acts, especially during the interpretation of indirect speech acts. These indicators include lexical items with a contextualization function belonging to the family of words or lexical-semantic field, grammar tools, case phenomena, allusion elements, metaphors and comparisons. Implicit stereotypes exist at the level of presuppositions, in particular with respect to the knowledge of the world, situation, text, everyday knowledge, and are found at the level of implicators of discourse, among which the most effective were the maxim of modality and the maxim of relevancy.

Key words: implicature, implicit stereotype, indicator, contextualization, presupposition.

УДК 821.111-312.6.09 “193”Д.Орвелл:[7.041.53:159.923.2]

Тетяна Дерезицька

ЧИННИКИ ДЕТЕРМІНОВАНОСТІ АВТО- ТА ГЕТЕРООБРАЗІВ У РОМАНІ ДЖОРДЖА ОРВЕЛЛА “БІРМАНСЬКІ ДНІ”

У статті проаналізовано особливості формування та розвитку авто- та гетерообразів на прикладі роману Дж. Орвелла “Бірманські дні”. Основні методи (компаративний, контекстуальний аналіз та метод ретельного

прочитання тексту) скеровані на пояснення складного механізму творення образів. Заявлено, що авто- та гетерообрази несуть на собі відбиток культурних, історичних та соціальних процесів. Показано, що орієнталізм, “імперський синдром”, расова ксенофобія та культурний імперіалізм відіграють ключову роль у проведенні англійцями успішної колонізації та підтримці власної могутності. Продемонстровано спосіб впливу ментальних конструкцій (на прикладі орієнталізму та культурного імперіалізму) на створення упереджень з боку британців щодо бірманців. Крім того, відлуння “імперського синдрому” в романі дає змогу трактувати образи підлеглого народу з погляду бінарних опозицій: колонізатор/колонізований, сильніший/слабший. Чинник розвитку расової ксенофобії, який склався в діяхронічній площині, експлікує ворожі стосунки між двома націями. Разом узяті всі чинники структурують особливості сформованих взаємовідносин між британцями та бірманцями. Також вони полегшують рецепцію створених образів у романі. Стверджено можливість ідентифікації однієї нації за допомогою іншої. Продемонстровано явище перенесення британського способу правління на терени колонії в Бірмі як індикатор ефективності цієї практики за межами метрополії. Стаття стане в пригоді літературознавцям, які спеціалізуються на імагологічних та компаративних галузях літератури.

Ключові слова: авто- та гетерообраз, культурний імперіалізм, імперський синдром, орієнталізм, ксенофобія, Дж. Орвелл, “Бірманські дні”.

Постановка наукової проблеми та її значення. У царині сучасної імагології як галузі літературної компаративістики триває розроблення її термінологічного апарату, що фундує як теоретичний, так і практичний аспект цієї дисципліни. Зважаючи на те, що тенденція до інтернаціоналізації та глобалізації стає дедалі відчутнішою, національні образи світу та їхня реалізація в художній літературі акцентують необхідність встановлення комунікації між різними націями.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Сучасні вчені-літературознавці прагнуть систематизувати здобутки компаративістики задля окреслення потенціалу імагологічних досліджень. У працях Д. Наливайка, В. Будного та М. Ільницького створено теоретичну основу для вивчення особливостей образної системи художнього твору. Серед зарубіжних дослідників методологічний потенціал знаходимо в розвідках Дж. Лірсена і М. Беллера. Продуктивними також були ідеї Д.-А. Пажо, Р. Веллека та Х. Дизерінка у сфері літературної компаративістики. Таке завдання водночас вимагає ретельного аналізу порівняльних аспектів імагології як галузі, а також її термінологічного складника. Окрім того, фокус уваги переноситься і на дослідження контекстуальних особливостей формування образності художнього твору. Тому актуальність дослідження пов’язана з можливістю проаналізувати механізми творення авто- та гетерообразів з огляду на вплив різноманітних зовнішніх чинників.

Мета дослідження – з’ясування культурних впливів на формування авто- та гетерообразів у романі Дж. Орвелла “Бірманські дні”. Предметом дослідження є терміни автообразу як образу власного етнокультурного “Я” і гетерообразу як образу Іншого репрезентованих у художньому творі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. За своєю структурою літературний етнообраз є “деталлю, яка використовується для репрезентації (зображення) всієї нації” [1, с. 352]. За цією референційною віднесеністю розрізняють образ власного етнокультурного Я – автообраз та етнообраз іншої нації – гетерообраз.

Д. Наливайко [2] зазначає, що сучасні методики дослідження літературних етнообразів базуються на філософії взаємин між Я та Іншим, проєктованих на сферу міжкультурних процесів. Взаємодія між різними країнами та націями дає підстави проаналізувати їхнє обопільне трактування одна одної, зважаючи на культурний контекст.

Авто- та гетерообрази зазнають певного впливу (і зовнішнього, і внутрішнього) з боку різноманітних чинників, що і призводить до їхнього коригування. Згідно з В. Будним та М. Ільницьким, термін “вплив” означає процес і результат дії транслятора (передавача, відправника, адресанта) на реципієнта (сприймача, отримувача, адресата). За визначенням нідерландського дослідника Я. Б. Корстіюса, вплив – це “змістові і формальні наслідки, що їх справили на літературний твір, критичну працю чи цілий період певні зовнішні і внутрішні зв’язки”. Цей різновид міжлітературних взаємин окреслює залежність одного явища від іншого і є провідним поняттям у царині дослідження міжлітературних взаємин [1].

За Г. Дизеринком, авто- та гетерообрази своєрідно взаємопов'язані: кожен “образ іншої країни” має підґрунтя в образі власної країни, незалежно від того, чи це декларується відкрито, чи існує латентно [4]. Або ж, як у формулюванні Дж. Лірсена, автообраз внесений у зображення іншої культури як неминуча міра суб'єктивності, що є основною відмінністю “образу” від об'єктивної інформації. Захоплені чи осудливі оцінки іноземних авторів, їхні помилкові уявлення про чужу країну, зумисні чи мимовільні перекручення її образу становлять, як стверджує Д. Наливайко, той суб'єктивний елемент, що характеризує передусім реципієнта. Крім того, ідеї творця образу Іншого є продуктивним структурним складником цього образу [2].

Роман Дж. Орвелла “Бірманські дні” демонструє, як усі ці явища, узяті разом, здійснюють суттєвий вплив на формування авто- та гетерообразів британців та жителів Бірми. Чимало фактів, відтворених у романі, взяті із реального життя автора, а тому мають автобіографічний характер. Після закінчення навчання він виїхав з Англії до її східних колоній, як колись його батько й тисячі інших незаможних англійців. Опісля пішов на службу до імперської поліції, спочатку в Індії, потім у Бірмі. Проте Орвелл глибоко розчарувався в політиці колонізатора, що він і транслює в романі “Бірманські дні”. Час, у якому відбуваються події в романі, належить до останніх днів британського колоніалізму в Бірмі. Зауважимо, що колоніальне повсякденне життя в творі автор оцінює не ззовні – з погляду споконвічного жителя метрополії, а зсередини – з позиції, близької англо-індусам, які мали подвійну ідентичність: з одного боку, Індія була їхньою рідною домівкою, куди сягали їхні коріння, а з іншого – вони виправдовували колоніальну політику Британської імперії.

Отже, Орвелл змальовує цілком об'єктивну картину життя, репрезентуючи британців (Флорі, Елізабет, Елліс) та бірманців (доктор Верасвами, Ю По Куїн, Ма Хла Май) як дві опозиційні сили. Тому протистояння між ними неминуче, адже його каталізатором виступає взаємна ворожнеча та навіть крайні вияви ненависті. Расова ксенофобія, а також етнофобія, разом із культурним імперіалізмом та “імперським синдромом” стимулюють формування переважно негативних гетерообразів з обидвох сторін.

Одне з найактуальніших понять ХХ століття – культурний імперіалізм – охоплює вивчення британської культури та применшення ваги інших, зокрема бірманської культури. У романі задекларовано спосіб такого культурного панування: відмова тубільцям у їхніх бажаннях стати цивілізованими. Як заявляє один з бірманських персонажів роману Ю По Куїн під час розмови зі своїм слугою про виключне право британської нації розмовляти англійською мовою плавно і правильно: “We shall have to sack this fellow if he gets to talk English too well. I can't stick servants who talk English” [5]. Заперечення права залежного раба позиціонувати себе як освічену людину надає “зелене світло” для європейців. Така стратегія спрацьовує продуктивно, оскільки відсутність певної ціннісної риси в тубільців автоматично свідчить про її подвійну наявність у британців.

Інше явище впливу на формування авто- та гетерообразів у романі є імперський синдром, що охоплює відлуння імперської ідеології як інструменту панування та підкорення. Належність до британської нації автоматично означає безпідставність підозр та сумнівів. Як заявляє центральний персонаж твору Флорі, “Civis Romanus sum. I'm an Englishman – quite above suspicion” [5]. Таке самовиправдання без належних підстав, а лише шляхом штучного конструювання ідентичності дає змогу британцям ухилятися від підозр. Тому британців зображено як джерело наслідування для конфліктних, войовничих та брехливих туземців. Британка Елізабет також втілює зразок для наслідування, але для неї слова “розум”, “освічений” мають негативний контекст: “ ‘Braininess’ was her word for it – tended to belong, in her eyes, to the ‘beastly’. Real people, she felt, decent people – people who shot grouse, went to Ascot, yachted at Cowes – were not brainy. <...> ‘Highbrow’ was a bitter word in her vocabulary” [5]. Світогляд та життєва позиція Елізабет – це своєрідна іронія на освіченість англійців. Вона ставиться з відразою до “великих умів”, адже це для неї чуже, дике та відірване від практичного життя. Елізабет мис-

лить пересічно, на відміну від Флорі, який і втілює для неї оці презирливі поняття “highbrow”, “braininess”.

У формуванні й розвитку бірманських автообразів можна спостерігати, як англійська влада продукує тотожні моделі для наслідування в бірманців. Залишки британського способу правління відслідковуються у стилі життя і веденні військових справ бірманців. Невелике зауваження в реченні щодо приставки “Ю” чітко вказує на запозичення з європейської традиції: “He was plain Po Kyin then: the honorific U came years later” [5], оскільки така позначка виражає славетність (“honorific”), що завжди притаманно європейцям вищого класу. Слуга звертається до Флорі, як до представника британської імперії, називаючи його “богом”: “Most holy god? he said <...> your honour” [5]. Таке звертання демонструє смирення підкореного, який не проявляє жодного спротиву, а лише потурає примхам загарбника. Водночас, колонізатор придушує особу підкореного, проявляючи себе в образі Всевишнього.

Бірманці відрізняються від британців тим, що вони не підтримують один одного, як останні, а, навпаки, сіють між собою постійну ворожнечу. Автор подає думки Ю По Куїна, який задля здобуття власної слави та визнання з боку сильнішого супротивника виробив для себе таке правило успіху в житті: хочеш бути шанованим та відомим в середовищі своїх земляків – не водися з ними, а намагайся втертися в довіру загарбника. Він “grasped that his own people were no match for this race of giants. To fight on the side of the British, to become a parasite upon them, had been his ruling ambition, even as a child” [5]. Персонаж Ю По Куїн хоче стати навіть “паразитом” британської нації (“to become a parasite upon them”), аби тільки примкнути до її лав. Як бачимо, відчуття патріотизму повністю відсутнє в бірманця, що дозволяє йому бути хамелеоном, залежно від ситуації. Значною проблемою бірманців є їхня недовіра один до одного, боротьба за виживання, взаємна підступність і лицемірність. Ю По Куїн намагається позбутися доктора Верасвами, адже останній стоїть на заваді першому: “We are going to slander him, destroy his reputation and finally ruin him for ever. We must persuade the Europeans that the doctor holds disloyal, anti-British opinions” [5]. Своєрідне кредо Ю По Куїна – “мета виправдовує засоби” – відкриває для нього широке поле дій, нехтуючи всіма можливими наслідками.

У монографії Е. Саїда “Орієнталізм” (1978) продемонстровано, як західний дискурс орієнталізму, творений упродовж двох століть у науковій і масовій свідомості, поширюваний освітньою системою і закріплений державними інституціями, став інструментом пригнічення і аргументом, що виправдовував асиміляцію колонізованого населення Сходу як нижчої, нерозвиненої копії Заходу. Саїд заявляє, що орієнталізм – це лише конструкція, дискурсивна “реальність”, у якій актуальний Схід відсутній – він радше репрезентований Заходом. Це – “західний спосіб панувати над Сходом” [3].

У романі показано, як бірманці пристають до стереотипних тверджень, сконструйованих британцями. Вони свідомо підтверджують легітимність панування колонізаторів, адже останні значно перевищують їх у розвитку. У розмові Флорі зі своїм слугою читач спостерігає зверхне (з боку Флорі) та рабське (слуга) ставлення як необхідні чинники існування такої бінарної опозиції панування-підкорення: “The god has hurt himself? Shall I carry the god back to the house? No,” said the god. “Go and get me some whisky and a clean shirt” [5].

І, зрештою, ксенофобія, як розуміння всього чужого в якості ворожого і небезпечного, здійснює значний вплив на формування обоїпільних авто- та гетерообразів. Головними об’єктами ксенофобії завжди вважались іноземці, саме тому гетерообрази бірманців набувають негативного забарвлення в романі. Затятий ксенофоб Елліс глибоко ненавидить тубільців, бо для нього вони – мерзенні істоти, яких він асоціює з чимось нечистим та злим: “Ellis really did hate Orientals – hated them with a bitter, restless loathing as of something evil or unclean. <...>Any hint of friendly feeling towards an Oriental seemed to him a horrible perversity” [5]. Як бачимо, таке ставлення безпідставне, проте воно беззаперечно вкорінене в його свідомості. Ксенофобія нерідко перетворюється в соціально небезпечний психологічний феномен: йдеться

про відмінності між людьми, які самі собою починають сприйматися як проблема, і коли цих розбіжностей бояться. Тоді “чужі” з “інших” стають “чужинними”, викликають страх і сприймаються, як загроза нашій позитивній ідентичності й звиклому способу життя. У творі такий механізм простежено на прикладі Елізабет, яка априорі визначає бірманців ворогами: “For the rest, Elizabeth saw only foreigners, and she disliked all foreigners” [5]. Вона не може асимілюватися із місцевим населенням, адже воно надто чуже та жалюгідне для неї: “But the whole expedition – the very notion of WANTING to rub shoulders with all those smelly natives – had impressed her badly. She was perfectly certain that that was not how white men ought to behave” [5]. В її голові просто не вкладається можливість порозуміння та комунікації з бірманцями. Під час багаторазових суперечок з Флорі вона так і не може зрозуміти його захоплення цим неосвіченим людом, цією країною з такими хижими звичаями. Автору вдається все-таки натрапити на причину такої зневаги Елізабет, як представниці європейського світу до бірманців, зокрема до бірманок: саме схожість до них так відлякує Елізабет, адже вона завжди думала, що вони, як два полюси, між собою зовсім не схожі. А тут виявляється, що точки дотику існують: “The Burmese women repelled Elizabeth more than the men; she felt her kinship with them, and the hatefulness of being kin to creatures with black faces” [5]. Таке несподіване відкриття розкриває їй очі, хоча вона й відкидає його автоматично як небажане.

Бірманські автообрази також відіграють важливу роль у зображенні ксенофобії. Ю По Куїн представлений як уособлення лютого ворогоненависника, адже так він уподібнюється британцям з їхньою ненавистю до ворогів: “He was proud of his fatness, because he saw the accumulated flesh as the symbol of his greatness. He who had once been obscure and hungry was now fat, rich and feared. He was swollen with the bodies of his enemies; a thought from which he extracted something very near poetry” [5]. Аналогія із плоттю як символом величності й могутності віддзеркалюється в образі як могутніх британців, так і бірманця. Контраст між зовнішнім виглядом Ю По Куїна в минулому та теперішньому показує його здобутки як заслужені, задля досягнення яких він витратив багато сил та енергії. А тепер він пожинає рясні плоди своєї праці. Іншим зразком перевернутого автообразу є бірманка Ма Гла Мей, колишня коханка Флорі, яка також цурається свого коріння та зневажливо говорить про свого бірманського коханця: “To think of their horrible brown hands, touching me! I should die if a Burman touched me!” [5]. Тому прагнення вирости на очах перед власним народом, відділитися від нього, порвати будь-які ланцюги, що їх пов’язують, характерне як для Ю По Куїна, так і для Ма Гла Мей. За таких обставин мрія стати незалежними від загарбника і вибудувати власну державу – примарна.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, дослідження демонструє, що основні чинники детермінованості авто- та гетерообразів в романі Дж. Орвелла “Бірманські дні”, передусім культурний імперіалізм, імперський синдром, орієнталізм та ксенофобія (зокрема, расова), здійснюють надзвичайно вагомий вплив на формування образної системи персонажів у романі. Окрім того, ці чинники задають конфігурацію сформованих антагоністичних взаємовідносин між британцями та бірманцями. Розвідка доводить, що авто- та гетерообрази формуються невіддільно від культурних процесів. Можливими векторами подальшого дослідження є виявлення впливу інших додаткових явищ (і внутрішніх, тобто текстуальних, і зовнішніх, або ж контекстуальних) на формування образної системи художнього твору.

Джерела та література

1. Будний В. Порівняльне літературознавство : підручник / В. Будний, М. Ільницький. – Київ : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 430 с.
2. Наливайко Д. Літературна імагологія: предмет і стратегії / Д. Наливайко // Теорія літератури й компаративістика. – Київ : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2006. – 96 с.
3. Саїд Е. Орієнталізм / Е. Саїд ; пер. В. Шовкун. – Київ : Основи, 2001. – 636 с.

4. Dyserinck H. Imagology and the Problem of Ethnic Identity [Electronic resource] /H. Dyserinck // Intercultural Studies: Scholarly Review of the IAIS. – Spring, 2003. – № 1. [Cited 2017, 12 October]. – Available from : <http://www.intercultural-studies.org/ICSI/Dyserinck.shtml>

5. Orwell G. *Burmese Days* [Electronic resource] / George Orwell. – [Cited 2017, 15 October]. – Available from : <https://ebooks.adelaide.edu.au/o/orwell/george/o79b/>

References

1. Budnyi, Vasyly and Plynyskyi, Mykola. 2008. *Comparative literary studies: textbook*. Kyiv: Vydavnychiy dim Kyievo-Mohylanska akademiia.

2. Nalyvaiko, Dmytro. 2006. “Literaturna imahologia: predmet i stratehii” *Teoriia literatury i komparatyvistyka*. Kyiv: Vydavnychiy dim Kyievo-Mohylanska akademiia.

3. Said, Edward. 2001. *Orientalizm*, per. z angl. V. Shovkun. Kyiv: Osnovy.

4. Dyserinck, Hugo. 2003. “Imagology and the Problem of Ethnic Identity”. *Intercultural Studies: Scholarly Review of the IAIS*, Spring, №1. Accessed October 23, 2017. <http://www.intercultural-studies.org/ICSI/Dyserinck.shtml>

5. Orwell, George. 1934. *Burmese Days*. Accessed November 8, 2017. <https://ebooks.adelaide.edu.au/o/orwell/george/o79b/>

Дережицкая Татьяна. Факторы детерминированности авто- и гетерообразов в романе Дж. Орвелла “Бирманские дни”. В статье проанализированы особенности формирования и развития авто- и гетеро образов на примере романа Дж. Орвелла “Бирманские дни”. Основные методы (компаративный, контекстуальный анализ и метод тщательного прочтения текста) направлены на объяснение сложного механизма создания образов. Заявляется, что авто- и гетерообразы несут на себе отпечаток культурных, исторических и социальных процессов. Показано, что ориентализм, “имперский синдром”, расовая ксенофобия и культурный империализм играют ключевую роль в проведении англичанами успешной колонизации и поддержке собственного могущества. Продемонстрировано способ воздействия ментальных конструкций (на примере ориентализма и культурного империализма) на создание предубеждений со стороны британцев к бирманцам. Кроме того, это “имперского синдрома” в романе дает возможность трактовать образы подчиненного народа с точки зрения бинарных оппозиций: колонизатор / колонизированный, сильнее / слабее. Фактор развития расовой ксенофобии, который сложился в диахроническом разрезе, эксплицирует враждебные отношения между двумя нациями. Вместе взятые факторы структурируют особенности сложившихся взаимоотношений между британцами и бирманцами. К тому же, они облегчают рецепцию созданных образов в романе. Утверждается возможность самоидентификации одной нации за счет другой. Продемонстрировано явление переноса британского образа правления на территорию колонии в Бирме как индикатор эффективности данной практики за пределами метрополии. Статья пригодится литературоведам, которые специализируются на имагологических и компаративных отраслях литературы.

Ключевые слова: авто- и гетерообраз, культурный империализм, имперский синдром, ориентализм, ксенофобия, Дж. Оруэлл, “Бирманские дни”.

Derezhyska Tetiana. The Factors of the Auto- and Hetero Images Determination in the G. Orwell’s Novel “The Burmese Days”. The article analyzes the peculiarities of the formation and development of auto- and hetero images exemplified by the G. Orwell’s novel “The Burmese Days”. The basic methods aimed at explaining the complex mechanism of creating images are comparative method, contextual analysis and close reading technique. It is stated that auto and hetero images bear the imprint of cultural, historical and social processes. Orientalism, the “imperial syndrome”, racial xenophobia and cultural imperialism play a key role in the British successful colonization and maintenance of their mighty. The influence of mental constructions (that of Orientalism and cultural imperialism) on the creation of the British prejudices against the Burmese is demonstrated. In addition, the echo of the “imperial syndrome” in the novel makes it possible to interpret the images of the subordinate people from the viewpoint of binary oppositions: colonizer / colonized, stronger / weaker. The developmental pattern of racial xenophobia developed in the diachronic plane explains the hostile relations between two nations. Taken together, all the factors structure the peculiarities of the existing relations between the British and the Burmese. In addition, they facilitate the reception of created images in the novel. The possibility of one national identification at the expense of another is claimed. The phenomenon of transferring the British way of ruling to its colonial territory in Burma as an indicator of the effectiveness of this practice outside the metropolis is demonstrated. The article will be of use to literary critics who specialize in imagological and comparative branches of literature.

Key words: auto- and hetero image, cultural imperialism, imperial syndrome, orientalism, xenophobia, G. Orwell, “The Burmese Days”.

УДК-811.111-342

Наталія Дмитрасевич

СПОСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОГО ЗНАЧЕННЯ НАЙМЕНУВАНЬ-ІДЕНТИФІКАТОРІВ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (на матеріалі французької мови)

У статті окреслено специфіку вираження емоційного забарвлення особових імен на прикладах французької літератури ХХ століття та виокремлено типи варіантів емоційно забарвлених особових імен на парадигматичному та синтагматичному рівнях. Найменування-ідентифікатор, основу якого становить особове ім'я, використовують не тільки для ідентифікації особи, а й водночас для вираження емоційно-оцінного ставлення автора мовлення до його носія. Оскільки нормативна форма особового імені є завжди нейтральною, будь-які відхилення від цієї норми є емоційно забарвлені. При парадигматичному аналізі особове ім'я зіставляється з іншими формами імені, які вживаються для ідентифікації однієї і тієї ж особи і виступає як єдиний словесний знак, що утворює найменування-ідентифікатор. Емоційно-оцінне значення особового імені можна виявити шляхом порівняння з його нормативним варіантом. Залежно від характеру модифікації нормативної форми виокремлюємо три типи варіантів: фонетичні та орфографічні; словотворчі; синтаксичні. До підгрупи словотворчих варіантів ми відносимо насамперед гіпокористичні форми особових імен, процес утворення яких є набагато менш упорядкований і регламентований, ніж гіпокористичне формотворення від загальних назв. При синтагматичному аналізі розглядають весь склад найменування: вони містять не тільки особове ім'я, але й будь-який детермінатив чи суб'єктно-оцінне означення. Такий спосіб вираження емоційно-оцінного значення найбільш характерний для французької мови, що є аналітичною за своїм складом. Очевидно, що найменування-ідентифікатори введені означеним/неозначеним артиклем, вказівним прикметником, присвійним прикметником слугують для передання деякого емоційно-оцінного змісту, оскільки поява в них детермінативів не зумовлена потребами ідентифікації. У визначенні характеру емоційно-оцінного значення найменувань ідентифікаторів (позитивна чи негативна оцінка) треба підкреслити роль контексту. Наше дослідження відкриває можливості для подальшого аналізу поліфункціональності французьких художніх особових імен на матеріалі різних жанрів французької літератури та в різних стилях мовлення.

Ключові слова: особові імена, найменування-ідентифікатор, художній текст, парадигматичний аналіз, синтагматичний аналіз.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розгляд специфіки особових імен (далі – ОІ), які реалізують різні функції в художньому тексті, залишається актуальним напрямом ономастичних досліджень. Однією з функцій ОІ є функція ідентифікації, яка полягає у виділенні конкретної особи чи групи осіб як учасників будь-якої ситуації. У художньому тексті ця функція набирає нових обрисів, бо для створення образу персонажа письменники використовують ОІ, поєднуючи зображально-виражальні засоби художнього твору. Найменування-ідентифікатор, основу якого становить ОІ, може містити вказівку на деяку рису чи ознаки, що вирізняє особу з-поміж інших. Такі ознаки є комунікативно значущою інформацією, яка є суттєвою для певної ситуації. Ознаки, актуалізовані групою найменування-ідентифікатора, так чи інакше пов'язані з семантикою інших членів речення чи елементів найближчого контексту. В деяких випадках ці ознаки стають неначе точкою відліку, умовою судження, яке міститься в певному реченні, тому автор вважає за необхідне актуалізувати цю інформацію. Вказівка на комунікативно значущу ознаку носія ОІ супроводжується емоційною оцінкою особи. Для вираження емоційно-оцінного значення будь-якого ОІ в мовленні важливо встановити норму називання, яка визначається на основі прагматичних аспектів ситуації спілкування і насамперед соціально-групової належності мовця і особи, яку він іменує. Усі випадки, у яких ОІ, що входить до складу найменування-ідентифікатора, набуває емоційно-оцінного значення, можна поділити на дві групи, залежно від того, на якому рівні аналізу – парадигматичному чи синтагматичному – виявляється емоційно-оцінне значення.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Вивченню семантики літературних ОІ присвячено праці багатьох мовознавців (А. Доза, Ж. Курилович, Ж. Дамурет, М. Гревіс, Е. Пішон, А. В. Суперанська, Е. Б. Магазаник, Ю. А. Карпенко). Аналітизм французької мови зумовлює постійний інтерес до поліфункціональності ОІ та появу нових способів вираження оцінного значення ОІ

в художньому тексті та сучасному дискурсі (Ж. Моліно, К. Жонассон). Відсутність єдиної класифікації літературних (авторських) ОІ зумовила актуальність нашого дослідження.

Мета і завдання статті – дослідити та класифікувати типи варіантів емоційно забарвлених ОІ при синтагматичному та парадигматичному аналізі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Оскільки нормативне ім'я завжди нейтральне, емоційно-оцінного значення набувають лише ті форми, які є відхиленнями від усталеної для конкретної соціальної групи норми іменування людини. Нормативним ми вважаємо іменування, за допомогою якого звичайно одна конкретна особа в аналогічній ситуації ідентифікує іншу особу. Будь-які відхилення від цієї норми є емоційно забарвлені. Наприклад, емоційно-оцінного значення може набути навіть офіційне паспортне ОІ *Madeleine*, якщо воно раптом замінить при ідентифікації особи звичну для мовця в неофіційному оточенні форму *Mado*. Форми *le Jean*, *la Catherine* мають нульове емоційно-оцінне значення, з'являючись в щоденному побутовому спілкуванні жителів того чи того села. Ці ж форми набувають емоційно-оцінного значення в мовленні соціальних груп, для яких вони не є нормативними. Слід відзначити, що в деяких випадках при визначенні емоційно-оцінного значення імен слід зважати не тільки соціально-групову, а й на індивідуальну норму імен.

Усі випадки, у яких ОІ, що входить до складу найменування-ідентифікатора, набуває емоційно-оцінного значення, можна поділити на дві групи, залежно від того, на якому рівні аналізу – парадигматичному чи синтагматичному – виявляється емоційно-оцінне значення. При парадигматичному аналізі ОІ зіставляється з іншими формами ОІ, які вживаються для ідентифікації однієї і тієї ж особи. При синтагматичному аналізі розглядається весь склад найменування-ідентифікатора, не обмежуючись ОІ.

На рівні парадигматичного аналізу ОІ виступає як єдиний словесний знак, що утворює найменування-ідентифікатор. Емоційно-оцінне значення ОІ можна виявити шляхом зіставлення його з нормативним варіантом ОІ, яким найчастіше є його паспортна форма. Залежно від характеру модифікації нормативної форми ОІ виокремлюємо три типи варіантів: фонетичні та орфографічні; словотворчі; синтаксичні.

Прикладами фонетичних та орфографічних варіантів можуть слугувати такі найменування: *Jacques-Jâques* [17, с. 242]; *Botugat-Botegat-Botéga-Brotega* [20, с. 18].

У групу словотворчих варіантів ми відносимо насамперед гіпокористичні форми, які поділяємо на два підтипи. До першого належать різні форми імен (*prénoms*), зафіксовані в словнику А. Доза [9], як загальноприйняті гіпокористики паспортної форми ОІ чи такі, що морфологічно чи фонетично з неї виводяться: *Élisabeth-Beth-Éli-Élisa-Zaza-Zabeth*. До цього підтипу, окрім гіпокористик, утворених синтетичним способом, ми відносимо аналітичні утворення типу *Petit-Jean*. Елемент “*petit*” багато мовознавців кваліфікує як афіксальну морфему-префіксоїд [4].

Другий підтип становлять форми імен (*prénoms*), що є індивідуальними утвореннями: *Salomé-Smé* [6]; *Jean-Marc-Joubi* [21]. Як відзначають дослідники різних мов, процес утворення гіпокористик від ОІ набагато менш упорядкований і регламентований, ніж гіпокористичне формотворення від загальних назв [4; 15]. ОІ відрізняються від загальних назв численнішим і багатшим арсеналом варіантів. У цій ділянці відкривається широкий простір для словотворчої фантазії людини. Гіпокористичні форми часто ні морфологічно, ні фонетично не походять від повних імен, тобто можуть бути новими словами, новими ОІ [4]. До другого підтипу також належать різні варіанти прізвищ: *Failleroy-Faille*, *Rostachiewitz-Witz*, *Morel-Momo*.

У деяких випадках похідні від прізвищ, що мають одного автора, утворюють низку форм. Наприклад, *Pinuche – Pinuchet – Pinoche – Pinoufle – Pinuchard*, утворені героєм-оповідачем від прізвища однієї з постійних дійових осіб детективів Ф. Дара [8]. Ці варіанти є свого роду афіксальними дериватами від прізвища. Проте трапляються і форми утворені іншим способом. Паспортне ОІ може так модифікуватися, що його форма стає співзвучною (повністю чи частково) будь-якому значущому слову. Ось, наприклад, варіанти прізвища *Testevel*, одного з

персонажів “Хроніки сім’ї Паск’є” Ж. Дюамеля [11]: *Testebiche, Testibroche, Testebraque, Testemiche, Testeboule, Tétard, Testefiche, Testemufle, Testefoutre*. У цьому ряду є форми, які виражають конкретну (негативну) оцінку, яку автор дає носію ОІ: *Testemufle, Testefoutre*. Слід зауважити, що подібне словотворення прізвища людини завжди емоційно забарвлене. Цим спотворені форми відрізняються від форм, які є наслідком звичайного скорочення прізвища і які можуть не мати емоційного забарвлення.

До групи словотворчих варіантів ОІ належать і ініціальні абревіатури типу *B. B.* – *Brigitte Bardot*, які останнім часом стали широко вживаними, особливо для найменування відомих людей. Називання за допомогою подібних варіантів ОІ звичайних людей виражає емоційне, звичайно іронічне ставлення автора мовлення до цієї особи. Таке, наприклад, ставлення героя-оповідача детективів Ф. Дара до дружини поліцейського Берюр’є. Цю жінку часто іменують за допомогою буквеної абревіатури, утвореної з її імені і прізвища, як, зокрема, в наступному реченні, яке повідомляє про реакцію мадам Берюр’є на те, що її чоловік помилково купив дорогу вермішель замість дешевої: *À la suite de cette méprise, B. B. (lisez Berthe Bérurier) lui a jeté les pâtes au visage* [8, с. 158]. Експресивність форми *B. B.* підсилюється тим, що вона збігається з відомим найменуванням Бріжіт Бардо, порівняти з якою товсту і негарну Бертю Берюр’є дуже важко.

До синтаксичних варіантів ми відносимо одночлени і багаточлени, вважаючи їх структурними варіантами одного і того ж повного ОІ людини: *Marie, Marie-Christine, Mlle Favre, Marie-Christine Favre*. До цієї групи належать сполучення ОІ з такими словами, як *monsieur, madame, mademoiselle* на тій основі, що ці слова, з’являючись у парі з ОІ, наближаються за змістом до семантично спустошених сигналів антропонімів [16].

На рівні синтагматичного аналізу особливістю найменувань-ідентифікаторів є синтагматичний склад: вони містять не тільки ОІ, а й будь-який детермінатив чи суб’єктно-оцінне означення. ОІ тут часто має нормативну форму. Такий спосіб вираження емоційно-оцінного значення найбільш характерний для французької мови, що є аналітичною за своїм складом. Розглянемо такі приклади:

“*Et le Crochard, vous l’avez entendu? – dit le général. – Pas un mot sur ma campagne de Madagascar, rien! Une espèce de fruit confit d’état-major!*” [10, с. 145]. З такими словами генерал, колишній командир дивізії, звертається до одного з своїх офіцерів. Він говорить тут про свого наступника Крошара.

“*Quel type, ce Daniel!, – dit-il gaîment*” [21, с. 38]. Так, звертаючись до дружини, говорить Філіп Еглет’єр про свого сина Данієля (потрібно додати, що співрозмовниця розуміє, якого Данієля він має на увазі).

Очевидно, що найменування-ідентифікатори *le Crochard* і *ce Daniel* слугують для передавання деякого емоційно-оцінного змісту, оскільки поява в них детермінативів не зумовлена потребами ідентифікації. Загальний зміст оцінки (позитивна чи негативна) та її нюанси конкретизуються лише в контексті. Так, у першому прикладі словосполучення *le Crochard* набуває негативно оцінного відтінку, беручи участь у переданні зневажливого ставлення автора до предмета мовлення. Саме такий характер оцінки повністю розкривається лише в наступних двох реченнях і, особливо, в другому: *Une espèce de fruit confit d’état-major!* У другому прикладі визначенню позитивного характеру оцінного змісту сприяє слово “*gaîment*”, що вказує на тон мовлення. Як підтверджують спостереження, вживання вказівного прикметника перед ідентифікаційно достатнім ОІ є нормою в реченнях, комунікативним завданням яких є оцінка носія ОІ: *Ce Jean, c’est un coeur d’or; Elle est belle, cette Marthe*. У подібних випадках сполучення “вказівний прикметник + ОІ” підкреслює і підсилює оцінку, яку виражає група предиката. Носіями емоційно-оцінного значення можуть бути і поєднання ОІ з означеним артиклем чи вказівним прикметником у формі множини: *Les colosses: les Feuillard, les Tracot, Les Rimières dirigèrent leurs regards vers Peuvrard* [14, с. 84]. У цьому прикладі фігурують ОІ учнів

одного класу. Кожне ОІ, що вживається в множині, належить одній людині. Вживання таких форм стилістично обмежене книжковою літературною мовою [2; 7].

Дещо детальніше слід зупинитися на емоційно-оцінному значенні, яке можуть передавати сполучення ОІ з присвійними прикметниками. Присвійні форми, що належать до сфери мовця, переважно означають позитивну оцінку, а до сфери співрозмовника – негативну [2; 5], пор.:

– *Moi, je le trouve rasoir, votre Vincent, – reprit Robert.*

– *Oh, “ mon Vincent!.. Comme si ça n’était pas vous qui l’aviez amené! [12, с. 61].*

Як видно з цього прикладу, поряд з іншими способами вираження свого негативного ставлення до Венсана, Робер використовує поєднання ОІ з присвійним прикметником у другій особі. Відтак, за допомогою присвійного прикметника він неначе об’єднує співрозмовника з Венсаном і водночас відмежовує від нього себе самого. Виражаючи в такий спосіб своє ставлення до предмета мовлення, мовець якоюсь мірою зачіпає і свого співрозмовника, що фактично ставить його на один рівень з негативно оцінюваним предметом мовлення. Усвідомлюючи це і бажаючи відмежуватися від предмета мовлення, співрозмовник висловлює протест. Отже, словосполучення “присвійний прикметник + ОІ” спроможне в подібних випадках відтворити ще один прагматичний аспект мовного акту – взаємини між співбесідниками.

Слід особливо підкреслити роль контексту у визначенні характеру емоційно-оцінного значення найменувань ідентифікаторів. Багато з найменувань цієї групи самі по собі мають значення “недиференційована емоційність” [1; 4], тому ми не можемо за ними визначити характер емоцій мовця, зміст оцінки особи. Такими є сполучення ОІ з означеним артиклем і вказівним прикметником : *le Crochard, ce Daniel*. У подібних випадках загальний характер і нюанс оцінного змісту у вираженні якого бере участь найменування-ідентифікатор, визначається тільки в контексті. В контексті оцінка особи завжди мотивується, подається інформація про її риси і поведінку, що зумовлюють цю оцінку.

Проте, у деяких з аналізованих випадків найменування-ідентифікатор саме по собі може цілком конкретно передати загальний характер оцінки, порівняймо, наприклад, негативне оцінне значення таких варіантів прізвища *Testevel*, як *Testefiche, Testemufle* і сполучення ОІ з присвійними прикметниками в другій особі. Звичайно, пряме і точне вираження характеру оцінки в групі найменування-ідентифікатора, що містить ОІ, досягається тільки шляхом введення в нього суб’єктивно-оцінного означення. Оцінні означення звичайно стоять у препозиції до ОІ: *ce salaud de Noel Schoudler, l’excellent Louis*. Але таке пряме вираження змісту оцінки в групі найменування-ідентифікатора трапляється нечасто. Ці форми сигналізують про високу інтенсивність емоцій у взаєминах людей, які спілкуються, але не встигають відразу ж усвідомити і висловити їх словом.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Парадигматичний і синтагматичний аналіз французької художньої онімії ХХ століття дає підставу зробити висновок про те, що літературні ОІ – важливий елемент стилістичної та організаційної структури художнього тексту. На рівні парадигматичного аналізу найпродуктивнішими є словотворчі варіанти французьких найменувань-ідентифікаторів. Способи вираження емоційно-оцінного значення ОІ на рівні синтагматичного аналізу є надзвичайно різноманітними, що зумовлено аналітичністю французької мови. Наше дослідження відкриває можливості для створення класифікації літературних ОІ та для подальшого аналізу поліфункціональності французьких художніх ОІ на матеріалі різних жанрів французької літератури та в різних стилях мовлення.

Дж ерела та література

1. Голотюк О. В. Стилістика французької мови : навч. посіб. / О. В. Голотюк. – Херсон : ХДУ, 2013. – 140 с.
2. Карпенко Ю. А. Имя собственное в художественной литературе / Ю. А. Карпенко // Филологические науки. – 1986. – № 4. – С. 34–40.
3. Магазаник Э. Б. Ономапэтика, или “говорящие имена” в литературе / Э. Б. Магазаник. – Ташкент : [б. и.], 1978. – 146 с.

4. Помірко Р. Іспанська мова та її діалекти (варіантність слова) / Р. Помірко. – Львів : ЛДУ ім. І. Франка, 1996. – 256 с.
5. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1978. – 283 с.
6. Bazin H. La mort du petit cheval / H. Bazin. – Paris : B. Grasset, 1972. – 317 p.
7. Damourette J. Des mots à la pensée / J. Damourette, E. Pichon. – Paris : Collections des linguistes contemporains, 1937. – 674 p.
8. Dard F. Béru-Béru / F. Dard. – Paris : Presses pocket, 1973. – 441 p.
9. Dauzat A. Dictionnaire étymologique des noms de famille et prénoms de France / A. Dauzat. – Paris : Larousse, 1994. – 624 p.
10. Druon M. Les grandes familles / M. Druon. – Paris : Le livre de poche, 1972. – 381 p.
11. Duhamel G. Chronique des Pasquier / G. Duhamel. – Paris : Julliard, 1947. – 1396 p.
12. Gide A. Les faux monnayeurs / A. Gide. – Paris : Gallimard, 1956. – 499 p.
13. Grevisse M. Le bon usage / M. Grevisse. – Paris : Hatier, 1969. – 1228 p.
14. Guth P. Le naïf aux quarante enfants / P. Guth. – Paris : Eds Albin Michel, 1965. – 251 p.
15. Jonasson K. Les noms propres métaphoriques: construction et interprétation / K. Jonasson // Langue française. – 1992. – № 92. – P. 64–81.
16. Kurilowicz J. La position linguistique du Nom propre / J. Kurilowicz // Esquisses linguistiques. – 1966. – P. 362–370.
17. Lanoux A. Quand la mer se retire / A. Lanoux. – Paris : Julliard, 1967. – 382 p.
18. Le Bihan M. Note sur les noms propres / M. Le Bihan // Linguisticae Investigationes. – 1978. – Vol. 2. – P. 419–427.
19. Molino J. Le nom propre dans la langue / J. Molino // Langages. – 1982. – № 66. – P. 5–20.
20. Queneau R. Le dimanche de la vie / R. Queneau. – Paris : Gallimard, 1966. – 251 p.
21. Troyat H. La faim des lionceaux / H. Troyat. – Paris : J'ai lu, 1976. – 376 p.

References

1. Golotiuk, Olena. 2013. *Stylistyka Frantsuzkoi Movy*.
2. Karpenko, Yurii. 1986. "Imia Sobstvennoe v Khudozhestvennoi Literaturie." *Filologicheskiye Nauki*. 4:34–40.
3. Magazanik, Emmanuil. 1978. *Onomapoetika ili "Govoriashchiie Imiena" v Litieraturie*.
4. Pomirko, Roman. 1996. *Ispanska Mova ta yii Dialekty (Variantnist Slova)*.
5. Superanskaia, Aleksandra. 1978. *Obshchaia Teoria Imeni Sobstvennogo*.
6. Bazin, Hervé. 1972. *La Mort du Petit Cheval*. Paris: B. Grasset.
7. Damourette, Jacques. Pichon, Eduoard. 1937. *Des Mots à la Pensée*. Paris : Collections des linguistes contemporains.
8. Dard, Frédéric. 1973. *Béru-Béru*. Paris : Presses pocket.
9. Dauzat, Albert. 1994. *Dictionnaire Étymologique des Noms de Famille et Prénoms de France*. Paris : Larousse.
10. Druon, Maurice. 1972. *Les Grandes Familles*. Paris : Le livre de poche.
11. Duhamel, Georges. 1947. *Chronique des Pasquier*. Paris : Julliard.
12. Gide, André. 1956. *Les Faux Monnayeurs*. Paris : Gallimard.
13. Grevisse, Maurice. 1969. *Le Bon Usage*. Paris : Hatier.
14. Guth, Paul. 1965. *Le Naïf aux Quarante Enfants*. Paris : Eds Albin Michel.
15. Jonasson, Kerstin. 1992. *Les Noms Propres Métaphoriques: Construction et Interprétation*. Gembloux : Duculot.
16. Kurilowicz, Jerzy. 1966. *La Position Linguistique du Nom Propre*. Wroclav : Esquisses Linguistiques.
17. Lanoux, Armand. 1967. *Quand la Mer se Retire*. Paris : Julliard.
18. Le Bihan, Michèle. 1978. "Note sur les Noms Propres". *Linguisticae Investigationes*. 2 :419–427.
19. Molino, Jean. 1982. "Le Nom Propre dans la Langue". *Langages*. 66 : 5–20.
20. Queneau, Reymond. 1966. *Le Dimanche de la Vie*. Paris : Gallimard.
21. Troyat, Hervé. 1976. *La Faim des Lionceaux*. Paris : J'ai lu.

Дмитрасевич Наталья. Способы выражения эмоционально-оценочного значения наименований-идентификаторов в художественном тексте (на материале французского языка). В статье обозначено специфику выражения эмоциональной окраски личных имен на примерах французской литературы XX века и выделены типы вариантов эмоционально окрашенных личных имен на парадигматическом и синтагматическом уровнях. Наименование-идентификатор, основу которого составляет личное имя, используется не только для идентификации лица, но и для выражения эмоционально-оценочного отношения автора речи к его носителю. Поскольку нормативная форма личного имени всегда нейтральна, любые отклонения от этой нормы являются эмоционально окрашенными. При парадигматическом анализе личное имя сопоставляется с другими формами имени, которые используются для идентификации одной и той же личности и выступает как единственный словесный знак, что образует наименование-идентификатор. Эмоционально-оценочное значение личного имени можно выявить путем сравнения с его нормативным вариантом. В зависимости от характера модификации нормативной формы выделяем три типа вариантов: фонетические и орфографические; словообразовательные;

синтаксические. К подгруппе словообразовательных вариантов мы включаем в первую очередь гипокористические формы личных имен, процесс образования которых гораздо менее упорядочен и регламентирован, чем гипокористические формообразования от общих названий. При синтагматическом анализе рассматривается весь состав наименования: они включают не только личное имя, но и любой детерминатив или субъектно-оценочное определение. Такой способ выражения эмоционально-оценочного значения наиболее характерен для французского языка, который является аналитическим по своему составу. Очевидно, что наименование-идентификаторы введены определенным/неопределенным артиклем, указательным прилагательным, притяжательным прилагательным служат для передачи некоторого эмоционально-оценочного смысла, поскольку использование детерминатива вызвано не потребностями идентификации. При определении характера эмоционально-оценочного значения наименований идентификаторов (положительная или отрицательная оценка) надо подчеркнуть роль контекста. Наше исследование открывает возможности для дальнейшего анализа полифункциональности французских художественных личных имен на материале разных жанров французской литературы и в разных стилях речи.

Ключевые слова: личные имена, наименования-идентификатор, художественный текст, парадигматический анализ, синтагматический анализ.

Dmytrasevych Nataliia. Ways of Expressing the Emotional and Appraisal Value of Names of Identifiers in the Fiction Text (on the Material of the French Language). The article outlines the specifics of the expression of the emotional color of personal names in the examples of French literature of the twentieth century and identifies the types of variants of emotionally coloured personal names on the paradigmatic and syntagmatic levels. Name-identifier, the basis of which is a personal name, is used not only to identify a person, but also at the same time to express the emotional and appraisal attitude of the author of the speech to the bearer. Since the normative form of a personal name is always neutral, any deviations from this norm are emotionally colored. In the paradigmatic analysis, the personal name is compared with other forms of the name used to identify the same person and acts as the only verbal sign that forms the name-identifier. The emotional value of a personal name can be detected by comparison with its normative variant. Depending on the nature of the modification of the normative form, we distinguish three types of variants: phonetic and spelling; word formation and syntactic. We include into the sub-group of word-formation variants, first of all, the hypo-cortical forms of personal names, the process of formation of which is much less ordered and regulated than hypocritical form-making from common names. The entire composition of the name is considered under syntagmatic analysis - they include not only the personal name, but also any determinant or subject-evaluative definition. Such a way of expressing an emotional and appraisal value is the most characteristic feature of the French language being analytical in its composition. It is obvious that the denomination-identifiers introduced by a marked / undefined article, an indicative adjective, a possessive adjective serve to convey some emotional and evaluative content, since the appearance of determinants in them is not conditioned by the needs of identification. In determining the character of emotionally-evaluative value of identifiers (positive or negative), the role of the context must be emphasized. Our study opens up opportunities for further analysis of the poly-functionality of French personal fiction names on the material of various genres of French literature and in different styles of speech.

Key words: personal names, name-identifier, artistic text, paradigmatic analysis, syntagmatic analysis.

УДК 81'255.2:6

Наталія Добжанська-Найт, Світлана Луць

СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ТЕКСТ ЯК ОБ'ЄКТ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ (порівняльний аналіз)

У статті висвітлено проблему перекладу спеціалізованих текстів за допомогою машинного перекладу. Розглянуто характеристику й особливості перекладу матеріалів з науково-технічною спрямованістю і юридичних документів. Окреслено основні методи оцінювання машинного перекладу текстів. За допомогою обраної метрики та безкоштовних онлайн-перекладачів "Pragma", "Online.ua", "MyMemory" і "Tetran" проаналізовано й порівняно дві групи перекладів спеціалізованих текстів: керівництва користування приладами та юридичні документи (документи ЄС та документи ООН). Здійснено спробу оцінити речення з обох галузей, що містять різний стиль, граматику і лексику, та перевірено, які помилки були допущені при їх перекладі українською, які спеціалізовані тексти були перекладені онлайн-перекладачами краще (технічні чи юридичні) та які машинні перекладачі справилися з завданням краще (ті, які пропонують технічну і юридичну галузі для вибору, чи ті, які містять пам'ять перекладів). У публікації звернуто увагу на типові помилки допущені при перекладі англомовних текстів

технічної та юридичної галузей українською мовою, надано наочні приклади помилок, зроблених машинними перекладачами. Наведено приклади еквівалентного перекладу, запропонованого професійним перекладачем тексту для перевірки адекватності перекладу. На основі вивчення специфіки спеціалізованих текстів та методик оцінювання перекладу встановлено, що незважаючи на складність термінології, при перекладі юридичних текстів, які містять простішу граматичну структуру речень, машинні перекладачі допустили менше помилок, ніж при перекладі технічних текстів. Обґрунтовано ідею про те, що перекладачі, що містять пам'ять перекладів, допускають меншу кількість помилок у галузевому перекладі, ніж ті, що дають змогу обрати галузь перекладу. Зроблені у статті висновки можуть бути використані під час теоретичного обґрунтування та практичної розробки методики перекладу спеціалізованих текстів за допомогою машинного перекладу.

Ключові слова: спеціалізований текст, машинний переклад, оцінювання машинного перекладу, галузевий переклад, метрики оцінювання.

Постановка наукової проблеми та її значення. Машинний переклад сьогодні широко використовують через те, що кількість інформаційних джерел, великий обсяг текстів різних галузей і необхідність їх швидкого опрацювання продовжує зростати. Визначення якості машинного перекладу спеціалізованих текстів має важливе наукове та практичне значення як для лінгвістів, які працюють у сфері перекладу, так і для інших користувачів машинного перекладу. При цьому потрібно створити об'єктивну базу, яка спонукає до довіри до якості перекладу й усуває додаткові суперечності.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Питанню оцінки якості перекладу присвячено багато наукових робіт і у вітчизняному, і в зарубіжному перекладознавстві. Зокрема, Л. Чернікова у своїй роботі “Лінгвістична якість машинного перекладу” [7] досліджує якість машинного перекладу (з української на російську) за допомогою підбірки речень і їх перекладу, проте не розглядає проблеми галузевого машинного перекладу. В. Яковина та В. Масюкевич [9] вивчають уже створені метрики для оцінювання машинного перекладу, але не оцінюють власне сам машинний переклад. А. Бірюков [1] у своїх дослідженнях характеризує систему машинного перекладу “Pragma 4.4”, але не висвітлює проблем галузевого перекладу. У зарубіжній лінгвістиці цю проблему розглядають ширше. Такі науковці, як А. Зарецька, Б. Дор, М. Сноуер, Н. Маднані, А. Дарвіш та Д. Арнольд [10; 13; 20], пропонують власноруч розроблені метрики оцінювання машинного перекладу, що значно допомагає покращити машинний переклад. Дж. Джолі, Л. Меймон [14] у своїй науковій праці досліджують, наскільки вдосконалим є онлайн-перекладач Google. Незважаючи на велику кількість досліджень, машинний переклад потребує значної уваги науковців. Порівняння перекладу англійських галузевих текстів українською – це новий підхід, який допоможе глибше поглянути на проблему і зробити практичні кроки до покращення машинного перекладу.

Метою нашого дослідження було проаналізувати і порівняти дві групи перекладів спеціалізованих текстів, здійснених онлайн-перекладачами, зокрема тексти технічної та юридичної сфер. Мета роботи передбачала виконання таких завдань: 1) дослідити типові помилки, допущені при перекладі текстів українською; 2) визначити, які спеціалізовані тексти онлайн-перекладачі перекладають краще (технічні чи юридичні); 3) з'ясувати, які машинні перекладачі справилися з завданням краще: ті, які пропонують технічну і юридичну галузі для вибору, чи ті, які містять пам'ять перекладів.

Матеріалом нашого дослідження слугували тексти різного обсягу в юридичній та технічній сфері, загальним обсягом близько 45 тисяч знаків у кожній сфері англійською мовою, та їх офіційний професійний переклад українською мовою приблизно такого ж обсягу, для порівняння та об'єктивності оцінки роботи онлайн-перекладачів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Текст як об'єкт дослідження по-різному розуміють мовознавці [3]. На сьогодні текст – цілісне комунікативне утворення, що відрізняється структурно-семантичною, композиційно-стилістичною і функціональною єдністю і характеризується певним набором категоріальних ознак, таких як інформативність, завершеність, лінійність, інтегративність, рекуративність (повторюваність), що особливим чином проявляються на надфазовому рівні [6].

Релевантним є саме це визначення, адже наше завданням – аналізувати інформативність, завершеність, інтегративність і рекуративність (повторюваність) перекладу спеціалізованого тексту.

Переклад технічних текстів – це переклад матеріалів із науково-технічною спрямованістю, які містять і собі наукову і технічну термінологію (керівництва користування складними технічними виробами) [8, с. 1]. Технічний переклад текстів передає близький зміст до оригіналу. В основу технічного перекладу покладено формально-логічний стиль [8, с. 2].

Переклад юридичного тексту – це один із найскладніших видів технічних і тематичних перекладів [6]. До граматичних особливостей перекладу юридичних текстів відносять: переважання дієслівних форм теперішнього часу, пасивні конструкції, модальні дієслова, відсутність особистих і вказівних займенників, написання числівників словами [3].

У своїй роботі ми вирішили оцінювати машинний переклад спеціалізованих текстів за допомогою шкали, створеної А. Зарецькою на основі численних метрик, запропонованих попередніми дослідниками [20].

Ми проаналізували технічну і юридичну документацію, що разом становить близько 45 тисяч друкованих знаків у кожній галузі англійською мовою з перекладом українською. Тексти технічної галузі передбачають переважно інструкції до використання електричних та електронних приладів (міжнародних компаній), юридичної сфери – тексти законів та законодавчих актів (документи ЄС та документи ООН). Як еталон правильного перекладу було взято паралельні українськомовні тексти, котрі вважаються офіційним професійним перекладом відповідних англійськомовних текстів українською мовою.

У нашому дослідженні ми вирішили порівняти роботу чотирьох онлайн-перекладачів (безкоштовних і загальнодоступних), серед них два, які пропонують вибір галузей, – “Pragma” і “Online.ua”, та ще два перекладачі, що містять пам’ять перекладів, – “МуМеморі” (крім пам’яті перекладу, “МуМеморі” пропонує галузі для вибору) і “Tetran”.

При аналізі вказаних машинних перекладів, нами було виявлено низку помилок, допущених онлайн-перекладачами.

Розглянемо деякі типові приклади роботи онлайн-перекладачів у кожній з галузей. У дужках після слова ми вказали умовний номер, що позначає тип помилки (пояснення номерів подано нижче).

Переклад технічної галузі:

Текст узято з інструкції *Braun 130 SERIES 1*.

Англійський текст. *Our products are designed to meet the highest standards of quality, functionality and design. We hope you enjoy your new Braun Shaver. Description: 1. Foil protection cap; 2. Shaver foil; 3. Cutter block. Your shaver is provided with a special cord set, which has an integrated Safety Extra Low Voltage power supply. Do not exchange or tamper with any part of it, otherwise there is risk of electric shock* [11].

Український текст. *Наші вироби розроблені, щоб відповідати найвищим стандартам якості, функціональності та дизайну. Сподіваємося, що Вам сподобається Ваша нова бритва BRAUN. Опис: 1. Захисний ковпачок сіточки; 2. Сіточка для гоління; 3. Ріжучий блок. До комплекту Вашої бритви входить спеціальний шнур живлення з вмонтованим блоком запасного енергопостачання на випадок падіння напруги. Не можна замінювати чи зачіпати будь-яку з деталей, оскільки це може призвести до ураження електричним струмом* [11].

Переклад “Trident Software”:

*Наша продукція проектується **назустріч** (1, 2) найвищим нормам якості, функціональності і дизайну. Ми сподіваємося, що ви насолоджуєтесь **їх** (3) новою **Бритвою** (4) **Braun**. Опис: 1. **Єдина** (5) **сільськогосподарська** (5) **політика** (5) **захисту** (8) **Фольги** (6); 2. **Фольга** (6) **Бритви**; 3. **Блоки** (6) **Різака** (8). Ваша бритва забезпечена **із** (2) спеціальним **набором** (6) шнура, який має **інтегральне** (1) **Захисне** (4) **Додаткове** (4, 6) **джерело живлення** **Низької** (4, 6, 2)*

Напруги (4, 6, 2). Не обмінюйте або **трамбівка** (1, 6) з **будь-якою**(8) **частиною** (8, 6) цього, інакше є ризик удару від електричного розряду.

Переклад “Online.ua”:

Наша продукція проектується, щоб відповісти найвищим нормам якості, функціональності і **проекту** (6). Ми сподіваємося, що ви насолоджуєтесь їх (3) новим **Шевером** (9) **Braun**. *Опис: 1. Насадка **оберігання** (8) **фольги** (6); 2. **Фольга** (6) **шевера** (9); 3. **Блок** (7) **катера** (1, 7); Ваш **шевер** (9) забезпечений з (2) набором шнура **спеца** (10), який має **integrated** (11) **Безпечно** (6) **Додаткове** (4) електроживлення **Низької** (4, 6, 2) **Напруги** (4, 6, 2). Не обмінюйте або **трамбівка** (1, 6) з **будь-якою** (8) **частиною** (8, 6) цього, інакше є ризик удару від електричного розряду.*

Переклад “Tetran”:

Наші продукти призначені для відповідати найвищим стандартам якості, **функціональність** (8) і **дизайн** (8). Ми сподіваємося, вам сподобається **ваш** (8) **новий** (8) **Braun бритви** (12, 7). *Опис/контроль: 1. **сар** (11) **фольги** (6) **захисту** (7); 2. **бритва** (6, 7) **фольги** (6, 7); 3. **різак** (1) **блоку** (12). (13) **Ваш** (8) **бритва** (8) надається спеціальний **шнур** (7) **набір** (7, 13), який має **інтегрований безпеки** (4, 6) **додаткових** (4, 6) **низької** (4, 6, 13, 7) **напруги** (4, 6, 13, 7) живлення. Не **обмінювати** (8, 2, 6) або **спотворювати** (8, 2, 6) **будь-яку його частину** (2), в іншому випадку є ризик ураження електричним струмом.*

Переклад “MyMemory”:

Наші продукти розроблені таким чином, щоб відповідати найвищим стандартам якості, функціональності та дизайну. Ми сподіваємось, що вам сподобається нова **Braun Shaver** (11). *Опис: 1. **Захист від** (10, 7) **фольги** (6, 7); 2. **Бритвова** (12) **фольга** (6); 3. **Ріжучий блок**. Ваша бритва оснащена спеціальним набором шнурів, який має **інтегроване джерело живлення «Безпечно надмірне низьке напруження»** (5). Не обмінюйтеся та не втручайтесь в **будь-яку його частину**, інакше є ризик ураження електричним струмом.*

Пояснення до типів помилок, здійснених онлайн-перекладачами:

1) неправильна частина мови; 2) дослівний переклад; 3) неправильний займенник; 4) неправильний реєстр; 5) додавання; 6) неправильний переклад слова (словосполучення в контексті); 7) неправильний порядок слів; 8) неправильний відмінок; 9) дублювання; 10) неправильний переклад слова; 11) не перекладене слово; 12) неправильна форма слова; 13) пропущене слово.

Для перекладача “Trident Software” найтипівішими є помилки під номерами 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8. У відсотковому співвідношенні: 1 – 11 %; 2 – 14 %; 3 – 3 %; 4 – 17 %; 5 – 10 %; 6 – 31 %; 8 – 14 %.

Перекладач “Online.ua” найчастіше допускає помилки під номерами 6, 3, 9, 8, 7, 2, 10, 11, 4, 1. У відсотковому значенні: 6 – 28 %; 3 – 3 %; 1 – 12 %; 8 – 12 %; 7 – 8 %; 2 – 13 %; 10 – 4 %; 11 – 5 %; 4 – 15 %.

Для перекладача “Tetran” найтипівіші помилки під номерами 8, 12, 7, 11, 6, 1, 12, 13, 4, 2. У відсотках: 8 – 23 %; 12 – 8 %; 7 – 20%; 11 – 3 %; 6 – 9 %; 1 – 3 %; 12 – 3 %; 13 – 11 %; 4 – 11 %; 2 – 9 %.

Перекладач “MyMemory” допустив найменшу кількість помилок. Серед них помилки під номерами 11, 10, 7, 6, 13, 5. У відсотковому співвідношенні: 11 – 15 %; 10 – 14 %; 7 – 29 %; 6 – 14 %; 13 – 14 %; 5 – 14 %.

Спільною для всіх перекладачів є лише помилка типу 6 (неправильний переклад слова (словосполучення в контексті)). Спільними помилками у Trident Software та Online.ua (пропонують галузі для вибору) є 1, 2, 3, 4, 6. Спільними помилками у Tetran та MyMemory (містять пам’ять перекладів) є 7, 6, 12, 11.

Переклад юридичної галузі. Розглянемо тепер приклад роботи онлайн-перекладачів при перекладі текстів юридичної галузі.

Текст узято з документу “Convention on the Rights of the Child” (“Конвенція про права дитини”).

Англійський текст: *For the purposes of the present Convention, a child means every human being below the age of eighteen years unless under the law applicable to the child, majority is attained earlier. States Parties shall respect and ensure the rights set forth in the present Convention to each child within their jurisdiction without discrimination of any kind, irrespective of the child's or his or her parent's or legal guardian's race, colour, sex, language, religion, political or other opinion, national, ethnic or social origin, property, disability, birth or other status* [4].

Український текст: *Для цілей цієї Конвенції дитиною є кожна людська істота до досягнення 18-річного віку, якщо за законом, застосовуваним до даної особи, вона не досягає повноліття раніше. Держави-учасниці поважають і забезпечують всі права, передбачені цією Конвенцією, за кожною дитиною, яка перебуває в межах їх юрисдикції, без будь-якої дискримінації незалежно від раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних або інших переконань, національного, етнічного або соціального походження, майнового стану, стану здоров'я і народження дитини, її батьків чи законних опікунів або яких-небудь інших обставин* [12].

Переклад “Trident Software”:

Для цілей **справжньої** (6) **Угоди** (6, 2), дитина має на **увазі** (2) кожну людину нижче віку вісімнадцяти років, **якби** (6) тільки відповідно до закону, застосованого до дитини, **більшість** (2) досягається раніше. Сторони Держав повинні поважати і гарантувати права, сформульовані в **справжній** (6) **Угоді** (6, 2) до кожної дитини в межах їх юрисдикції без дискримінації будь-якого виду, **незалежне** (14) від дитини або **він** (8) або її **батько** (8) або **раса** (8) законного опікуна, **колір** (8), **стать** (8), **мова** (8), **релігія** (8), **політичний** (8) або **інший** (8) **думка** (8), **співвітчизник** (8), **етнічний** (8) або соціальний **походження** (8), **власність** (8), **недієздатність** (2, 8), народження або **інший** (8) **статус** (8, 2).

Переклад “Online.ua”:

Для цілей **справжньої** (6) **Угоди** (6, 2), **дитячі** (6, 2, 1) **засоби** (6, 2) кожне людське (2) **існування** (2) нижче за вік вісімнадцяти років, **якби** (6) тільки під законом, застосованим до дитяти, **більшість** (2) досягається раніше. **Партії** (2) Держав повинні поважати і гарантувати права, сформульовані в **справжній** (6) **Угоді** (6, 2) і до кожного дитяти в межах їх юрисдикції без дискримінації будь-якого **вигляду** (10), незалежне від **child'** (11) або він або її **parent'** (11) або законний **guardian'** (11) **гонка** (11, 6, 8), **колір** (8), **підлога** (11, 8), **мова** (8), **релігія** (8), **політичний** (8) або інша **думка**, **співвітчизник** (1), **етнічне** (8) або **соціальне** (8) **походження** (8), **власність** (8), **недієздатність** (2, 8), **народження** (8) або **інший** (8) **статус** (8).

Переклад “Tetran”:

Для цілей цієї Конвенції дитина означає **кожна** (8) **людина** (8) віком до вісімнадцяти років, якщо відповідно до закону **застосованими** (13) до дитини, **більшість** (2) досягається раніше. Держави **сторони** (2) повинні поважати і **забезпечення** (1) **прав** (12), викладених у цій Конвенції на кожну дитину в межах їх юрисдикції без дискримінації з будь-якого роду, незалежно від дитини або його або її батьків або офіційного опікуна, (13) **раси**, кольору, статі, мови, **релігію** (8), **політичний** (8) інших **переконань** (8), національного, етнічного чи соціального походження, **майно** (8), інвалідності, народження чи іншого становища.

Переклад “MyMemory”:

Для цілей цієї Конвенції дитина означає кожну людину, яка не досягла віку вісімнадцяти років, за винятком випадків, передбачених законодавством, що застосовується до дитини, **більшість** (2) з них досягається раніше. Держави-учасниці поважають та забезпечують права, передбачені цією Конвенцією, кожній дитині, що перебуває під їхньою юрисдикцією, без будь-якої дискримінації, незалежно від раси, кольору, статі, мови, релігії чи дитини, її батька чи законного опікуна, **політичні** (8) чи інші **думки** (8), національне, етнічне або соціальне **походження** (8), **майно** (8), **інвалідність** (8), народження чи **інший статус** (8).

Основні позначення для некоректності онлайн-перекладачів:

1) неправильна частина мови; 2) дослівний переклад; 3) неправильний займенник; 4) неправильний реєстр; 5) додавання; 6) неправильний переклад слова (словосполучення в контексті); 7) неправильний порядок слів; 8) неправильний відмінок; 9) дублювання; 10) неправильний переклад слова; 11) не перекладене слово; 12) неправильна форма слова; 13) пропущене слово; 14) неправильне узгодження прикметника з іменником.

Для перекладача “Trident Software” найтипівішими є помилки під номерами 6, 2, 14, 8. У відсотковому співвідношенні: 6 – 14 %; 2 – 21 %; 14 – 4 %; 8 – 61 %.

Перекладач “Online.ua” найчастіше допускає помилки під номерами 6, 2, 10, 1, 11, 8. У відсотках: 6 – 20 %; 2 – 23 %; 10 – 3 %; 1 – 5 %; 11 – 13 %; 8 – 36 %.

Для перекладача “Tetran” найтипівіші помилки під номерами 8, 12, 2, 1, 13. У відсотковому значенні: 8 – 50 %; 12 – 17 %; 2 – 17 %; 1 – 8 %; 13 – 8 %.

Перекладач “MyMemory” допустив найменшу кількість помилок. Серед них помилки під номерами 2, 8. У відсотковому співвідношенні: 2 – 24 %; 8 – 76 %.

Спільною для всіх перекладачів є лише помилка типу 8 (неправильний відмінок). Спільними помилками у “Trident Software” та “Online.ua” (пропонують галузі для вибору) є 2, 6, 8. Спільними помилками у “Tetran” та “MyMemory” (містять пам’ять перекладів) є 8 та 2 (дослівний переклад).

Під час перекладу технічної документації за допомогою онлайн-перекладачів ми виявили такі натиповіші помилки, які впливають на цілісність та інформативність тексту: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13.

Під час перекладу юридичних текстів за допомогою онлайн-перекладачів ми виявили такі натиповіші помилки, які впливають на цілісність та інформативність тексту: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. У процесі аналізу текстів технічної та юридичної галузей ми виявили, що загалом онлайн-перекладачі допустили менше помилок у юридичній сфері, ніж у технічній. У нашому випадку це пов’язано з тим, що граматична структура речень у юридичних документах простіша, ніж в інструкціях до приладів. Окрім того, для слів, використаних у текстах юридичної галузі, менше характерна полісемія та омонімія, ніж для тих лексем, які використовуються в технічній документації. Хоча системи допускали помилки, і деякі речення були нелогічними, більшість речень юридичних текстів зрозумілі, текст зберігав свою інформативність, завершеність і лінійність. На нашу думку, саме граматична структура речення визначає, наскільки правильним буде переклад, здійснений за допомогою онлайн-перекладачів, адже вона охоплює порядок слів у реченні, відмінювання та узгодження. Отже, при укладанні технічних текстів для роботи з онлайн-перекладачами, користувачеві за можливості слід зробити текст максимально простим щодо граматичної структури й уникати багатозначних слів.

При порівнянні роботи досліджуваних онлайн-перекладачів було виявлено, що перекладачі, які містять пам’ять перекладів, допускають загалом меншу кількість помилок у галузевому перекладі, ніж ті, що дають змогу обрати галузь перекладу і відповідно підбирають правильні еквіваленти до багатозначних слів.

Розглянувши типові помилки на прикладах, ми дійшли висновку, що жодна з досліджуваних систем машинного онлайн-перекладу не є досконалою на сьогоdnішньому етапі, й усі вони потребують доопрацювання. Незважаючи на серйозні недоліки, машинний переклад спеціалізованих текстів містив хорошу структуру речень, чітко підібраний переклад слів (близько до значення), зрозуміле значення тексту (при зміненому порядку слів). Декілька досліджуваних уривків з юридичних текстів, які були перекладені за допомогою онлайн-перекладачів з пам’яттю перекладів, були бездоганними, що демонструє стрімкий розвиток машинного перекладу.

Доцільним видається розпочати подальшу співпрацю між розробниками програмного забезпечення, фахівцями в галузі прикладної лінгвістики та спеціалістами у сфері галузевого перекладу для внесення еквівалентних варіантів перекладу до систем задля покращення якості перекладу спеціалізованих текстів.

Джерела та література

1. Бірюков А. Оцінка якості системи машинного перекладу “Прагма 4.4” з німецько-українською мовною парою / А. Бірюков. – Тернопіль : Studia Methodologica, 2006. – С. 61–64.
2. Гальперин І. Р. Текст як об’єкт лінгвістичного дослідження / І. Р. Гальперин. – М. : Наука., 1981. – 139 с.
3. Смеліна О. В. Граматичні особливості перекладу юридичних текстів: стаття / О. В. Смеліна. – М. : [б. и.], 2011. – С. 70–73.
4. Конвенція про права дитини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_021
5. Мороховській А. Н. Стилїстика англійської мови : підручник / А. Н. Мороховській, О. П. Воробйова, Н. І. Лихошерст, З. В. Тимошенко. – Київ : Вища шк., 1991. – 272 с.
6. Переклад юридичних текстів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.norma-tm.ru>
7. Чернікова Л. Ф. Лінгвістична якість машинного перекладу / Л. Ф. Чернікова. – 2013. – С. 165–168.
8. Щербакова І. В. Особливості перекладу технічних текстів / І. В. Щербакова. – Ростов-на-Дону : [б. в.], 2015. – 7 с.
9. Яковина В. Огляд та аналіз метрик оцінювання якості перекладу / В. Яковина, В. Масюкевич. – Львів : [б. в.], 2013. – С. 101–107.
10. Arnold D. Machine Translation. An Introductory Guide / D. Arnold, L. Balkan, S. Meijer, R. L. Humphrey, L. Sadler. – London : NCC Blackwell, 1994. – 234 p.
11. Braun 130 Series 1 User Manual [Electronic resource]. – Access mode : https://mcgrp.ru/files/viewer/39704/4#navigate_bar
12. Convention on the Rights of the Child [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>
13. Darwish A. Transmetrics: A Formative Approach to Translator Competence Assessment and Translation Quality Evaluation for the New Millennium / A. Darwish – Australia : RMIT University, 2001. – 16 p.
14. Jolley J. Free Online Machine Translation: Use and Perceptions by Spanish Students and Instructors / J. Jolley, L. Maimone. – United States : Gorgetown University, Missouri State University, 2013. – P. 181–202.
15. MyMemory [Electronic resource]. – Access mode : <http://mymemory.translated.net/>
16. Online.ua [Electronic resource]. – Access mode : <https://pereklad.online.ua/ukr/>
17. Snover M. A Study of Translation Edit Rate with Targeted Human Annotation / M. Snover, B. Dorr, R. Schwartz, L. Micciulla, J. Makhoul // Proceedings of the 7th Conference of the Association for Machine Translation in the Americas. – Cambridge, MA., 2006. – P. 223–231.
18. Tetran [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.tetran.ru/OnLineTranslatorEn#goto>
19. Trident Software [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.translate.ua/uk/pragma-6x/on-line-translator>
20. Zaretskaya A. A Quality Evaluation Template for Machine Translation / A. Zaretskaya, G. C. Pastor, M. Seghiri. – 2016. – 18 p.

References

1. Biryukov, Andriy. 2006. Otsinka yakosti systemy mashynnoho perekladu “Prahma 4.4” z nimets’ko-ukrayins’koyu movnoyu paroyu. Ternopil: Studia Methodologica.
2. Hal’peryn, Il’ya. 1981. Tekst yak ob’yekt linhvistychnoho doslidzhennya. Moskva : Nauka.
3. Yemelina, Olena. 2011. Hramatychni osoblyvosti perekladu yurydychnykh tekstiv. Moskva.
4. Ohchr. 1989. “Convention on the Rights of the Child.” <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>
5. Morokhovskiy, A., Vorobyova, O., Lykshosherst, H., Tymoshenko, Z. 1991. Stylistyka anhliys’koyi movy. Kyiv: Vyshcha shkola.
6. Norma. “Pereklad yurydychnykh tekstiv.” <http://www.norma-tm.ru>
7. Chernikova, L. 2013. Linhvistychna yakist’ mashynnoho perekladu.
8. Shcherbakova, Iryna. 2015. Osoblyvosti perekladu tekhnichnykh tekstiv. Rostov-na-Donu.
9. Yakovyna V., Masyukevych V. 2013. Ohlyad ta analiz metryk otsinyuvannya yakosti perekladu. Lviv.
10. Arnold, Douglas, Balkan, Lorna, Meijer Siety, Humphreys Lee. R., Sadler Louisa. 1994. Machine Translation. An Introductory Guide. NCC Blackwell, London.
11. Mcgrp. “Braun 130 Series 1 User Manual.” https://mcgrp.ru/files/viewer/39704/4#navigate_bar
12. Zakon2.rada. 1989. “Konventsiya pro prava dytyny.” http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_021

13. Darwish, A. 2001. Transmetrics: A Formative Approach to Translator Competence Assessment and Translation Quality Evaluation for the New Millennium. Australia : RMIT University.
14. Jolley, Jason, Maimone, Luciane. 2013 Free Online Machine Translation: Use and Perceptions by Spanish Students and Instructors. United States: Gorgetown University, Missouri State University.
15. Mymemory. "MyMemory." <http://mymemory.translated.net/>
16. Online.ua [Electronic resource]. – Access mode : <https://pereklad.online.ua/ukr/>
17. Snover, M., Dorr, B., Schwartz, R., Micciulla, L., Makhoul, J. 2006. "A Study of Translation". Proceedings of the 7th Conference of the Association for Machine Translation in the Americas. Cambridge, MA.
18. Tetran. "Tetran." <http://www.tetran.ru/OnLineTranslatorEn#goto>
19. Trident Software [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.translate.ua/uk/pragma-6x/on-line-translator>
20. Zaretskaya, Anna, Pastor, Gloria Corpas, Seghiri, Miriam. 2016 A Quality Evaluation Template for Machine Translation.

Добжанская-Найт Наталия, Луць Светлана. Специализированный текст как объект машинного перевода (сравнительный анализ). Статья посвящена проблеме перевода специализированных текстов с помощью машинного перевода. Рассмотрены характеристики и особенности перевода текстов научно-технической ориентации и юридических документов. Излагаются основные методы оценки машинного перевода. С помощью избранной системы и бесплатных онлайн-переводчиков "Pragma", "Online.ua", "MyMemory" и "Tetran" проанализированы две группы переводов специализированных текстов: технических и юридических. В качестве исследовательской задачи нами были предприняты попытки оценить предложения с обеих отраслей, которые содержат разный стиль, грамматику и лексику, и проверено, какие ошибки были допущены при их переводе на украинский, специализированные тексты какой сферы были переведены онлайн-переводчиками лучше (технические или юридические), а также какие машинные переводчики справились с задачей лучше (те, которые предлагают техническую и юридическую области для выбора, или те, которые содержат память переводов). В публикации обращено внимание на типичные ошибки, допущенные при переводе текстов технической и юридической отраслей с английского на украинский язык, предоставлено наглядные примеры ошибок, допущенных машинными переводчиками. Также приведены примеры эквивалентного перевода, предложенного профессиональным переводчиком текста для проверки адекватности перевода. На основе изучения специфики специализированных текстов и методик оценки перевода установлено, что несмотря на сложность терминологии при переводе юридических текстов, содержащих простую грамматическую структуру предложений, машинные переводчики допустили меньше ошибок, чем при переводе технических текстов. Обосновано идею о том, что переводчики, содержащие память переводов, допускают меньшее количество ошибок в отраслевом переводе, чем те, что дают возможность выбрать отрасль перевода. Сделанные в статье выводы могут быть использованы для теоретического обоснования и практической разработки методики перевода специализированных текстов с помощью машинного перевода.

Ключевые слова: специализированный текст, машинный перевод, оценка машинного перевода, отраслевой перевод, системы оценок.

Dobzhanska-Knight Nataliia, Luts Svitlana. Specialized Text as an Object of Machine Translation (Comparative Analysis). The article deals with the problem of translation of specialized texts with the help of machine translation. The article analyses the characteristics and quality of the translation of materials with scientific and technical orientation, as well as legal documents. The basic methods of evaluating machine translation of texts are outlined. With the help of the selected parameters of evaluation and free online translators Pragma, Online.ua, MyMemory and Tetran, two groups of specialized text translations have been analyzed and compared: user manuals and legal documents (EU documents and UN documents). An attempt has been made at evaluating the quality of translation of sentences from both domains which are characterized by different styles, grammar and vocabulary, and compiling a typology of mistakes made by the mentioned online translators. We have also compared the translation quality in each domain, as well as the work of each of the analyzed online-translators (those that offer the technical and legal domain choice, or those that have translation memory). The publication focuses on the typical mistakes made in the process of translation of technical and legal texts, provides supervised examples of mistakes made by machine translators, and compares the machine translation work with examples of model translation done by a professional human translator of the text, in order to check the adequacy of the machine translation. On the basis of the study of the specifics of specialized texts and methods of evaluation of translation, we conclude that, despite the complexity of the terminology, the online translators made fewer mistakes in translations of legal texts than in translation of technical texts. The analysis of the work of machine translators also shows that the translators which use translation memory make fewer errors than those that allow users to select the branch of translation. The conclusions drawn in the article can be used during theoretical substantiation and practical development of the methodology for the translation of specialized texts with the help of machine translators.

Key words: specialized text, machine translation, evaluation of machine translation, domain translation, parameters of evaluation.

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУ ARROGANCE У БРИТАНСЬКІЙ КАРТИНІ СВІТУ

У статті проаналізовано соціокультурний аспект концепту ARROGANCE у британській картині світу. Розглянуто особливості британської картини світу та менталітету, а також чинники, що вплинули на їхнє формування. Оскільки концепт ARROGANCE є частиною картини світу, а також однією з визначальних ознак британського менталітету, у ньому відображено вплив історичного розвитку та культурного життя британської спільноти. У статті схарактеризовано особливості репрезентації концепту ARROGANCE під впливом таких соціально-культурних чинників, як національна ідеологія, класова стратифікація та політика країни. Репрезентація концепту ARROGANCE продемонстрована на прикладах з художньої літератури та онлайн-джерел, а також сучасної розмовної лексики. Наведено приклади лексичних та фразеологічних одиниць, що відображають основні аспекти зверхності у британській лінгвокультурі. Зокрема, зверхність на основі класової нерівності аналізовано крізь призму історичних змін у класовій структурі суспільства Британії. Виокремлено шар лексики, який відображає зверхність вищих класів суспільства до нижчих. Описано зразки сленгу, які використовують для вираження зверхності до представників молодіжних субкультур. Зверхність на основі національного менталітету сформувалась під впливом колоніальної політики Британської імперії, а також тривалого упередженого ставлення британців до жителів континенту. Однією зі сторін репрезентації концепту ARROGANCE є національні стереотипи та жарти стосовно представників інших націй. Лінгвістична зверхність тісно пов'язана із класовою зверхністю, оскільки мова – індикатор належності до класів та соціальних груп. Лінгвістична зверхність знаходить прояв у поділі діалектів на елітні та непрестижні, прагненні позбутись акценту у вимові та дотримуватись мовних стандартів. Проведений аналіз репрезентації концепту ARROGANCE дозволяє встановити характерні соціокультурні ознаки концепту у британській картині світу та окреслити перспективи його подальшого дослідження.

Ключові слова: концепт, картина світу, менталітет, соціокультурний аспект, лінгвокультурна спільнота

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасні лінгвістичні студії значну увагу приділяють дослідженню мови крізь призму її зв'язку з людською особистістю та чинниками суспільного розвитку. Концепт як одиниця мовної картини світу містить інформацію про особливості культури і світогляду конкретної мовної спільноти. Особливий інтерес становлять концепти, які відображають національний менталітет мовної спільноти. Оскільки зверхність – одна з характеристик британського національного менталітету, вважаємо дослідження концепту ARROGANCE та соціокультурних особливостей його репрезентації ключем до глибшого розуміння британської картини світу.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Концепт ARROGANCE раніше не виступав самостійним об'єктом досліджень. Проте проблемі дослідження репрезентації соціокультурних концептів присвячено низку фундаментальних праць. Культурні концепти досліджувались ученими Ю. С. Степановим, В. І. Карасиком, М. К. Голованівською, Л. О. Чернейком. У працях В. Г. Костомарова та Є. М. Верещагіна об'єктом дослідження є відображення національної культури в семантиці мовних одиниць. Праці С. А. Малахової, Н. В. Попова присвячені вивченню семантичної структури концепту PRIDE, який є близьким до досліджуваного нами концепту ARROGANCE.

Мета і завдання статті. Мета статті полягає у встановленні особливостей соціокультурних чинників формування концепту ARROGANCE у британській картині світу. Завдання розвідки полягають у виділенні основних чинників розвитку британської картини світу і їх впливі на досліджуваний концепт, а також виділенні способів вербальної репрезентації соціокультурних аспектів концепту в різних типах дискурсу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Британська мовна картина світу є вербалізацією концептосфери британців, яка може бути представлена як багатовимірне утворення зі складною структурою, що містить уявлення про

світ різного ступеня категоризації, зокрема універсальні (загальнолюдські) та національно-специфічні концепти. Деякі універсальні концепти можуть отримувати етнічно-релевантне наповнення та віддзеркалювати особливості національного менталітету, набуваючи таким чином певної національної маркованості.

Важливими чинниками, що вплинули на формування британської картини світу і створили своєрідну систему цінностей, є географічна ізоляваність країни, жорстка соціальна стратифікація суспільства, імперський менталітет, націоналістичні настрої імміграційної політики країни. Географічний чинник, вплинувши на формування відчуття національної своєрідності британців, сприяв виникненню англоцентризму. Острівний характер країни наклав особливий відбиток на менталітет нації. Британці впевнені, що на їхній батьківщині краще, ніж в інших, а тому досить часто дивляться на іноземців зверхньо, із співчуттям, дещо зневажливо [1].

Історичні та соціальні чинники розвитку Британії мали вплив на формування в цілому та на окремі концепти. Концепт **ARROGANCE** сформувався під впливом національного менталітету, соціальної стратифікації та гендерної політики країни.

Визначальним чинником формування британської картини світу та культурних концептів є британська класова система. Англійське суспільство має чітку класову ієрархію, що відображає багатовікові традиції. Для Британії ідея соціального класу є більш важливою, ніж етнічність. Термін “соціальний клас” має комплексне значення та охоплює соціальні, політичні й економічні виміри. Хоча класовість поступово втрачає своє першочергове значення, її вплив на менталітет британців залишається значимим і сьогодні [2, с. 197].

Зверхність на основі класової нерівності проявляється здебільшого у формі термінів на позначення людей із нижчих соціальних класів. Такими термінами є *bourgeoisie, great unwashed, hoi polloi, canaille, plebs, little people, proles, rank and file, riffraff, the rabble, dregs of society, herd, sheeple* [9].

Згадані терміни передають уявлення вищих класів про людей із нижчих класів населення, зокрема належність до мас, малі прибутки, недостатню гігієну, простий, непримітний спосіб життя, а також неосвіченість і обмеженість поглядів. На таких уявленнях власне базується зверхність на основі класової нерівності.

Показовим прикладом репрезентації зверхності крізь призму класової нерівності є використання лексеми *proles* для позначення робітничого класу в романі Джорджа Орвелла “1984”. У творі проли не отримують освіти, займаються фізичною працею, живуть у бідності та часто прирівнюються до тварин:

As the Party slogan put it: “Proles and animals are free” [3]

So long as they (the Proles) continued to work and breed, their other activities were without importance. Left to themselves, like cattle turned loose upon the plains of Argentina, they had reverted to a style of life that appeared to be natural to them, a sort of ancestral pattern...Heavy physical work, the care of home and children, petty quarrels with neighbors, films, football, beer and above all, gambling filled up the horizon of their minds. To keep them in control was not difficult [3].

Репрезентація класової зверхності також простежується у британському слензі. Лексема *chav*, що побутує в сучасній розмовній мові має значення *a young lower-class person who displays brash and loutish behaviour and wears real or imitation designer clothes* [11].

Зневажливе ставлення до представників субкультури, яких називають *chav*, виражається у формі чисельних жартів, у яких висміюються їхні звички, інтелектуальний рівень, а також схильність до антисоціальної поведінки:

– *Why did the Chav cross the road?*

– *To start a fight with the random stranger for no reason whatsoever* [10]

Іншими лексемами на позначення представників молодіжної субкультури нижчих класів є *scally, neds, towny, kev, charver, steek, spide, bazza, yarco, ratboy, kappa slapper, skanger, janner, stig* [9]. Ці лексеми вживаються для вираження зневаги до молоді, що одягається переважно у

спортивний одяг, має низький рівень освіти та культури, не має гідних манер поведінки в суспільстві.

Ще одним засобом вираження зверхності є соціолекти, оскільки мова – часто індикатор належності до певного класу. Явище лінгвістичної зверхності розуміємо як прагнення до чистоти мови, на основі якого проявляється зверхність до людей, що допускають помилки або не дотримуються стандартної граматичної структури чи вимови. Англійська мова є предметом національної гордості британців, а відтак часто викликає лінгвістичну зверхність у ставленні до акцентів та соціолектів. Вважається, що акцент – ідентифікатор освіти, походження та соціальної групи, до якої належить особа.

У той час, як стандартна англійська вимова (Received Pronunciation) вважається елітною, то діалекти кокні, скауз, брумї – найменш престижними. Англійська мова відреагувала на позначення людей з ліверпульським акцентом лексевою *scouser*. Слово походить від назви страви *lobscouse*, яку готували моряки [6]. Згодом їх самих і порт у Ліверпулі почали називати цим словом. Скорочення *scouser* з'явилося дещо пізніше і відображає зверхність до людей з ліверпульським регіональним акцентом.

Зверхність викликає також лондонський діалект – кокні, названий на честь його носіїв. Кокні вважається діалектом низьких класів. Як зазначив Генрі Світ, діалект кокні звучить потворно для освіченого англійця, оскільки він живе в постійному страху бути прийнятим за представника кокні [7]. Тобто, зверхне ставлення викликає не сам акцент як такий, а небажання бути асоційованим з представниками нижчого класу.

Контрастна різниця в соціальному класі й вимова, пов'язана з належністю до того чи того класу, стали предметом анекдотів та насмішок.

A family from Lancashire go on holiday to Benidorm and order some food. The father thinking his pie is lacking in gravy calls the waiter over saying, "ast tha Bisto fort pah?" and the waiter says in a southern English accent, "I'm sorry, mate, I don't speak Spanish" [10].

У жарті насправді продемонстрована не лише зверхність до діалекту, але й типове проти-стояння Північної та Південної Англії (Ланкашир розміщений на півночі, Бенідорм – на півдні): офіціант не тільки глумиться над акцентом, а й підкреслює його не англійське звучання і не соромиться того, що не розуміє співрозмовника.

Зверхність британців як нації зумовлена багаторічним насадженням ідеології імперіалізму, що пропагувала перевагу британців над іншими націями. Імперіалізм був не тільки панівною ідеологією, а й предметом національної гордості, як наслідок – некритичне ставлення до захоплення чужих територій. Британська громадська свідомість підтримувала постулат вищості їх нації, а право на чужі території перетворилося на моральний обов'язок принести цивілізацію захопленим народам. Усі форми колоніальної домінації сприймалися як необхідні кроки поступової інтеграції нерозвинених народів у цивілізований світ.

Сьогодні переконання про вищість нації та зверхність до інших народів залишаються в менталітеті британців. Підтвердження англійської ксенофобії можна знайти у словах англійського письменника Дж. Орвела:

All people who have reached the point of becoming nations tend to despise foreigners, but there is not much doubt that the English-speaking races are the worst offenders. One can see this from the fact that as soon as they become fully aware of any foreign race they invent an insulting nickname for it [4].

Національна зверхність часто знаходить вияв в образливих прізвиськах на основі національних стереотипів, які британці дають іноземцям. Наприклад, індійців називають *rag-head*, *fish-head*. Історично Індія була довгий час колонією Британії, а відтак її населення вважалось нижчим за освітою, інтелектуальними здібностями та рівнем культури.

Вороже ставлення до ірландців також збереглося із минулого і пов'язане з війною за незалежність Ірландії. Низка прізвиськ, які англійці дають ірландцям, пов'язана з природно

ландшафтними та кліматичними ознаками, наприклад *bogger, bog-hopper, bog-lander, bograt, bog-trotter* (жумелі болота) [5].

Інший синонімічний ряд зневажливих прізвиськ для ірландців базується на вирощуванні картоплі, оскільки Ірландія має сприятливий для цього клімат. Звідси походять прізвиська *spud* (картоплина), *potato breath* (картопляний подих), *potato head* (картоплеголовий) [8].

Англійці також насміхаються над рудим кольором волосся ірландців, що сприяло виникненню таких етнічних прізвиськ, як *clown, carrot top, fire bush* [8].

Окрім ірландців, найближчими сусідами британців є французи, з якими у них склалися досить суперечливі відносини. Британці зневажають французів за те, що вони не захищали країну і здалися німецькій армії. Тому британці зневажливо називають французів *butterfingers* (масляні, слизькі пальці, з натяком на те, що з них випала зброя), *rifle-dropper* (той, хто впустив гвинтівку), *whiteflagger* (той, хто здався) [5; 9].

Побуває ще декілька прізвиськ, які французам присвоїли за їхні екстраординарні кулінарні вподобання: *crouton* (грінки для супу), *snail-snapper* (натяки на слимаків у французькій кухні) [8].

Ще одна нація, до якої британці не приховують зневажливого ставлення – американці. Справа в тому, що британців часто дратує в американцях те, як вони гордяться тим, що є американцями, зважаючи на те, що походять вони з Англії. Британці вважають американців менш розвиненими, як в плані культури, так і в плані інтелекту.

Ставлення британців до американської культури можна продемонструвати за допомогою британського жарту:

– *What's the difference between the US and yogurt?*

– *If you leave yogurt alone for 300 years, it develops a culture* [10].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Аналіз чинників формування британської картини світу домагає встановити основні особливості британського менталітету та відповідно чинники виникнення і функціонування концепту ARROGANCE. Такими чинниками вважаємо ізольоване географічне розміщення, острівний менталітет, соціальну стратифікацію, імперський дух та прагнення до лідерства у світовій спільноті. Кожен із них зумовив національно-специфічні особливості концепту ARROGANCE у британській свідомості.

Класова та національна зверхність зберігається протягом тривалого часу, незважаючи на зміну в суспільстві, що свідчать про актуальність проблеми в лінгвокультурі. Про це свідчить також різноманіття лексичних та фразеологічних засобів виявлення зверхності в художніх творах, засобах масової інформації та повсякденному мовленні. На основі проведеного дослідження концепту ARROGANCE можна зробити висновок про місце зверхності у британському менталітеті. Хоча британці й засуджують явище зверхності, вони не прагнуть усунути соціальні чинники його виникнення.

Перспективи подальших досліджень концепту вбачаємо в поглибленому вивченні його репрезентації в різних типах дискурсу, а також дослідженні дотичних національно маркованих концептів у складі британської картини світу.

Джерела та література

1. Громыко А. А. Великобритания: после захода солнца [Электронный ресурс] / А. А. Громыко. – Режим доступа : http://www.globalaffairs.ru/number/n_5980
2. Карнаухова О. С. Мультикультурализм как парадигма постколониального развития (британская модель) / О. С. Карнаухова // Личность. Культура. Общество. – 2007. – Вып. 4 (39). – С. 196–204
3. Orwell G. 1984 / G. Orwell. – New American Library, 1950. – 328 p.
4. Orwell G. England Your England [Electronic resource] / G. Orwell. – Mode of access : http://orwell.ru/library/essays/lion/english/e_eye
5. Oxford English dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : www.oed.com/
6. Oxford Living Dictionaries [Electronic resource]. – Mode of access : <https://en.oxforddictionaries.com/>
7. Sweet H. A Primer of Spoken English / H. Sweet. – Oxford Clarendon Press, 1890. – 134 p.
8. The Free Dictionary by Farlex [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.thefreedictionary.com/>

9. The Septic's Companion. A British Slang Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <http://septiccompanion.com/showcat.php?cat=people>
10. Translation, Humour and Literature / edited by Delia Chiaro. – New York, 2010. – Vol. 1. – 230 p.
11. Urban Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : urbandictionary.com

References

1. Hromyko, Aleksey. 2005. "Velikobritaniya posle zahoda solntsa" In *Rossiya v globalnoy politike*. Last modified December 13, 2005. http://www.globalaffairs.ru/number/n_5980
2. Karnaukhova, Oksana. 2007. "Multikulturalizm kak paradigma postkolonialnogo razvitiya (britanskaya model)" In *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*. 196–204
3. Orwell, George. 1950. *1984*. New York: New American Library.
4. Orwell, George. 1941. *England Your England*. http://orwell.ru/library/essays/lion/english/e_eye
5. *Oxford English dictionary*. Accessed November, 2017. <https://en.oxforddictionaries.com/>
6. Oxford Living Disctionaries [Electronic resource]. – Mode of access : <https://en.oxforddictionaries.com/>
7. Sweet, Henry S. 1890. *Primer of Spoken English*. Oxford: Oxford Clarendon Press.
8. *The Free Dictionary by Farlex*. Accessed December, 2017. <http://www.thefreedictionary.com/>
9. *The Septic's Companion. A British Slang Dictionary*. <http://septiccompanion.com/>
10. *Translation, Humour and Literature*. 2010. Edited by Delia Chiaro. New York: Continuum Publishers. Vol. 1.
11. *Urban Dictionary*. Accessed December, 2017. <http://www.urbandictionary.com>

Ефимчук Галина. Социокультурные факторы формирования концепта ARROGANCE в британской картине мира. В статье проанализирован социокультурный аспект концепта ARROGANCE в британской картине мира. Рассматриваются особенности британской картины мира и менталитета, а также факторы, повлиявшие на их формирование. Поскольку концепт ARROGANCE является частью картины мира, а также одним из основных признаков британского менталитета, в нем отражено влияние исторического развития и культурной жизни британской общности. В статье рассматриваются особенности репрезентации концепта ARROGANCE под влиянием таких социально-культурных факторов как национальная идеология, классовая стратификация и политика страны. Репрезентация концепта ARROGANCE демонстрируется на примерах с художественной литературы и онлайн ресурсов, а также современной разговорной лексики. Приведены примеры лексических и фразеологических единиц, отражающих основные аспекты высокомерия в британской лингвокультуре. В частности, превосходство на основе классового неравенства анализируется сквозь призму исторических изменений в классовой структуре общества Великобритании. Выделяется слой лексики, отражающий превосходство высших классов общества к низшим. Проанализированы образцы сленга, которые используются для выражения высокомерия к представителям молодежных субкультур. Высокомерие на основе национального менталитета сформировалось под влиянием колониальной политики Британской империи, а также длительного предвзятого отношения британцев к жителям континента. Одной из сторон репрезентации концепта ARROGANCE есть национальные стереотипы и шутки в отношении представителей других наций. Лингвистическое высокомерие тесно связано с классовым превосходством, поскольку язык является индикатором принадлежности к классам и социальным группам. Лингвистическое высокомерие находит проявление в разделении диалектов на элитные и непрестижные, стремлении избавиться акцента в произношении и придерживаться языковых стандартов. Проведенный анализ репрезентации концепта ARROGANCE позволяет установить характерные социокультурные признаки концепта в британской картине мира и очертить перспективы его дальнейшего исследования.

Ключевые слова: концепт, картина мира, менталитет, социокультурный аспект, лингвокультурное сообщество

Yefymchuk Halyna. Sociocultural Factors of the Concept of ARROGANCE Formation in British World View. This article presents the analysis of socio-cultural aspect of the concept of ARROGANCE in the British world view. The features of the British world view and mentality has been considered, as well as the factors influencing their formation. As the concept of ARROGANCE is the essential part of British world view and one of the hallmarks of the British mentality, it reflects the historical development and cultural life of the British community. The article investigates the concept of ARROGANCE verbalization under the influence of such sociocultural factors as national ideology, class stratification and imperial policy. The ways of representation of the concept of ARROGANCE are demonstrated with the examples from fiction and mass media as well as modern speech samples and slang. The examples of lexical and phraseological units reflecting the main aspects of arrogance in British culture have been selected and analyzed.

Arrogance based on the class inequality through the prism of historical changes in the class structure of the British society. The layer of vocabulary that reflects the arrogance of the upper classes of society to the lower ones has been distinguished. The article also provides several samples of slang lexemes and phrases used to express superiority in the youth subcultures. Arrogance based on the national mentality was formed under the influence of the colonial policy of the British Empire, as well as the biased attitude of the British to the inhabitants of the continent. It is verbalized by means of national insults and jokes. Linguistic arrogance is connected to the class inequality, since language indicates belonging to

certain class and social group. The analysis of the verbalization of the concept of ARROGANCE enables us to establish the peculiar sociocultural features of it in the British world and outline the prospects for its further study.

Keywords: concept, world view, concept of ARROGANCE, mentality, sociocultural aspect, linguocultural community.

УДК 811.111'255+821.111(410.1)-312.9.Толкін03=161.2

Сергій Засєкін, Ірина Іскра

СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ МОВИ ЕЛЬФІВ У ПЕРЕКЛАДАХ ТРИЛОГІЇ ДЖ. Р. Р. ТОЛКІНА “ВОЛОДАР ПЕРСНІВ”

У статті окреслено провідні способи та методи відтворення ельфійської мови у творі Дж. Р. Р. Толкіна “Володар перснів”. Проаналізовано лінгвостилістичні особливості й історію створення ельфійських мов, встановлено етноментальні та етнокультурні нюанси їх перекладу. Метою дослідження є виокремлення ключових стратегій відтворення артлангів українською мовою. Проаналізовано зразки висловлювань ельфійською мовою у трьох українськомовних перекладах. Проведено порівняльний аналіз передачі безеквівалентної лексики українською мовою в різних перекладах трилогії Дж. Р. Р. Толкіна, виконаних перекладачами О. М. Мокровольським, А. В. Неміровою та К. В. Оніщук. Виокремлено ключові стратегії та способи передачі ельфійської мови у цільових версіях. У результаті дослідження виявлено такі типові способи відтворення артлангів: транскодування, морфограматичні модифікації та транскодування з елементами транслокації. Стратегія одомашнення виявилася домінантною в українськомовних перекладах трилогії.

Ключові слова: артланг, конланг, стратегія, переклад, безеквівалентна лексика.

Постановка проблеми та її значення. Поява нових мов створює для лінгвістів нові завдання, зокрема їх аналіз у сфері функціонування артлангів, їхні стилістичні, граматичні, лексичні особливості, а також методи та стратегії їх відтворення в українських перекладах. Одними з найвідоміших артлангів є мови, сконструйовані англійським лінгвістом, філологом та письменником Дж. Р. Р. Толкіном. Створені ним ельфійські мови – один із різновидів артлангів, і це новий матеріал для мовознавців. Наявність проблеми відтворення артлангів потребує ретельного вивчення та виокремлення основних стратегій, методів та підходів до відтворення артлангів. Ідеться про мови, сконструйовані авторами художніх творів, мови, які існують та функціонують лише у вигаданому світі чи навіть всесвіті, у межах одного твору або збірки творів, пов'язаних між собою.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Тема відтворення безеквівалентної лексики – досить актуальна сьогодні, тому не дивно, що здійснюється багато досліджень, присвячених методам та способам відтворення артлангів. Важливий внесок у розвиток цієї проблеми зробили лінгвісти І. М. Ребрій, Л. О. Кушнір, С. Н. Попова та ін. І. М. Ребрій окреслила провідні стратегії відтворення артлангів у перекладах художньої літератури. Учена виокремлює стратегії одомашнення та очуження, основні характеристики апріорних і апостеріорних артлангів та стратегії їх перекладу залежно від походження та способу творення [2; 3; 4].

Л. О. Кушнір дослідила основні способи відтворення артлангів, виокремивши такі найголовніші: транскодування, транскодування з елементами транслокації, морфограматична модифікації та транскодування з коментарем. Науковець зазначає, що всі ці методи спрямовані, передусім, на відтворення фонічної експресивності ельфійської мови [1].

Мета статті полягає в установленні провідних лінгвальних особливостей ельфійських мов у трилогії “Володар перснів”, а також способів їхнього відтворення в україномовних перекладах.

Виклад основного матеріалу та обґрунтуванням отриманих результатів дослідження. Тема артлангів у художній літературі є досить актуальною сьогодні, тому не дивно, що з'явилося багато мовознавчих праць, присвячених артлангам та конлангам. Важливий внесок у розвиток внесли сам автор – Дж. Р. Р. Толкін, лінгвісти й перекладознавці І. М. Ребрій, М. Ю. Сидорова, О. Н. Шувалова, Л. О. Кушнір, О. В. Фадеева та ін. Так, І. М. Ребрій окреслює поняття артланг як штучно створену мову, яка “використовується в літературних та кінематографічних

творах як частина образу вигаданої культури”. Перекладознавець також зазначає, що “вигадана авторська мова цікавить нас як прояв лінгвоконструювання, як продукт одного з видів мовно-креативної діяльності, через яку людина може реалізувати свої творчі здібності та розширити розуміння й себе, й навколишнього світу” [2].

Дж. Р. Р. Толкін приділив значну увагу не лише безпосередньо створенню та конструюванню артлангів. Учений також докладно описав причини, процес та головні тенденції створення та відтворення артлангів у художній літературі. Автор створив власний термін для позначення процесу конструювання мов, особливо це стосується мов, створених з художньою метою. Терміном *glossopoeia* (англ. *Glossopoeia*), винайденим Дж. Р. Р. Толкіном, послуговуються і сьогодні. Сам термін утворено від *gloss* – «мова» + *-poeia* «створення» [7].

Поява нових мов створює для лінгвістів нові завдання, а саме: їх аналіз у сфері функціонування конлангів, їхні стилістичні, граматичні, лексичні особливості, а також методи їх перекладу українською мовою. Конланги є також новим та багатим матеріалом для мовознавців. Одними з найвідоміших артлангів є мови, сконструйовані англійським лінгвістом, філологом та письменником Дж. Р. Р. Толкіном. Письменник приділив багато уваги створенню та конструюванню мов, проте найдетальніше розробив ельфійську мову.

Ельфійська мовна сім'я представляє групу мов, що мають спільне походження, зокрема протомову. Дж. Р. Р. Толкіну вдалося створити й повністю розробити граматику та лексику як мінімум п'ятнадцяти ельфійських мов та їхніх діалектів: протоельфійська, загальна ельдаринська, квенья, голдогрин, телерин, синдарин, ількорин, нандорин, аварин і т. д. [8]. Для транслітерації текстів, написаних на квенї та синдарині, часто використовують латинський алфавіт. Для прикладу, “*Sin macil Elessarwa*”, перекладається “Це меч Елессара (Арагорна)”.

У трилогії “Володар пернів” наведено приклади двох ельфійських мов – квенья та синдарин. Квенья – найвідоміша мова ельфійської мовної сім'ї. Слово квенья (*Quenya*) утворено від *Quendi*, що означає ельфи. *Quenya* як ельфійська також асоціюється з коренем *quet* – говорити. Ельфійські мудреці вважали, що *Quendi* означає “ті, що говорять вголос”, або власне “мова, мовлення”. Створення цієї мови Толкін розпочав у 1915 році. Фінська мова стала основою для створення квенья. Окрім цього, письменник частково запозичив фонетику та орфографію з латинської та грецької мов. Назва мови може також походити від близької фінській мові квенів [9]. Ще однією вигаданою ельфійською мовою у творах Дж. Р. Р. Толкіна є синдарин, або мова “сірих ельфів”, що в трилогії представляє одну з ельфійських мов – мову народу “синдар”. Саме мова синдарин є тією ельфійською, що використовується у трилогії “Володар пернів” [5].

У статті “Стратегічний аспект перекладу артлангів” І. М. Ребрій висунула кілька гіпотез щодо стратегій відтворення артлангів у перекладі. Учена виокремлює стратегію одомашнення та очуження, зазначаючи, що: “глобальною стратегією перекладу апостеріорних артлангів є доместикація, яка проявляється у загальному прагненні перекладачів сконструювати нову штучну мову..., яка б за своїми евфонічними параметрами сприймалась цілком природно типовими представниками іншомовної читацької аудиторії” [3].

Щодо провідних методів та способів відтворення артлангів, то Л. О. Кушнір вважає, що основним навантаженням ельфійських мов у трилогії є саме евфонія, тобто фонічна експресивність. Така їх особливість передбачає використання формальних стратегій відтворення в перекладі разом із поясненням та додатковими коментарями. З огляду на це, Л. О. Кушнір виокремлює такі способи відтворення цих артлангів: транскодування, транскодування з елементами транслокації, морфограматична модифікація та транскодування з коментарем [1].

Проаналізуємо наведені вище стратегії та методи в українськомовних перекладах трилогії “Володар пернів” О. М. Мокровольського, А. В. Немірової та К. В. Оніщук. Наведемо приклад ельфійської мови з першої частини трилогії “Володар пернів: Братство перня”:

[1] “*Elen síla lúmenn omentielvo, a star shines on the hour of our meeting,*” he added in the high-elven speech.

У цьому прикладі наведено речення на високій ельфійській мові, сказане головним героєм Фродо. Тут головний герой відтворює думку ельфійською, після чого наводить еквівалент речення загальною мовою трилогії (англійською).

Наведемо варіанти відтворення артлангу в українських перекладах:

[1a] ...– *Elen sila lumenn omentielmo*, зоря осяяла годину нашої зустрічі, – додав мовою Високих Ельфів. (О. М. Мокровольський)

[1б] – *Елен сейла люмен оментіельво* (щаслива зірка зійшла у час нашої зустрічі)! – додав він ельфійською мовою. (А. В. Немірова)

[1в] – *Елен сіла луменн' оментіельво*, годину нашої зустрічі осяяла зоря, – додав він високоельфійською мовою. (К. В. Оніщук)

Проаналізуємо стратегії, обрані перекладачами під час відтворення артлангу українською мовою. О. М. Мокровольський [1a] обрав у цьому випадку метод калькування, обравши стратегію очуження. Перекладач не уникнув відтворення артлангу в цьому висловленні, проте залишив текст першоджерела практично без змін, залучивши морфограматичну модифікацію, використавши виключно літери латиниці при передачі тексту. Незважаючи на те, що в першоджерелі Фродо промовляє спочатку ельфійською, а потім англійською, перекладачка А. В. Немірова подає переклад англійського еквівалента в дужках, що, на наш погляд, спотворює сприйняття цього висловлення читачем. Використання дужок створює враження, що текст у дужках – це тлумачення письменника або перекладача, і що слова в дужках не були насправді сказані Фродо. Може здатися, що тут було залучено метод транскодування з коментарем, проте ознайомившись з першоджерелом, стає зрозуміло, що перекладачка використала дужки без вагомих на те причин.

А. В. Немірова [1б] та К. В. Оніщук [1в] у цьому випадку вдалися до одомашнення, проте обрали різні підходи. А. В. Немірова застосувала транскодування (*Elen – Елен*) в поєднанні з морфограматичною модифікацією (...*síla lúmenn omentielvo*... – ...*сейла люмен оментіельво*...). Перекладачка пом'якшила букву *-l* при відтворенні українською мовою, користуючись загальним правилом евфонії ельфійської мови. На противагу їй, К. В. Оніщук обрала спосіб транскодування з елементами транслокації (*lúmenn – луменн'*) та транскрибування, здійснене нею відповідно до коментарів письменника стосовно письма та правопису у трилогії “Володар пернів”. На відміну від А. В. Немірової, ця перекладачка не вдавалася до застосування правил звучання ельфійської мови навмання, пом'якшуючи букву *-l* у всіх випадках [5].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Здійснений аналіз засвідчив, що в перекладацькій практиці мають місце обидві стратегії перекладу: очуження та одомашнення. Звертаємо увагу на те, що стратегія одомашнення під час перекладу трилогії є домінантною, передбачаючи залучення перекладачами таких методів відтворення артлангів: транскодування, морфограматична модифікація та транскодування з елементами транслокації. Ми припускаємо, що метод транскодування з коментарем не було залучено, через наявність докладних коментарів письменника, що дає змогу перекладачам робити посилення на додатки або ж уникнути коментарів взагалі. У перспективі маємо на меті дослідити відтворення ельфійських мов у всіх наявних перекладах трилогії “Володар пернів”.

Джерела та література

1. Кушнір Л. О. Стратегії відтворення “мовної поліфонії” творів Дж. Р. Р. Толкіна в українських перекладах / Л. О. Кушнір. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – С. 18–26.
2. Ребрій І. М. Стратегії перекладацького відтворення артлангів / І. М. Ребрій // Зіставні студії та перекладознавство. – 2014. – С. 55–62.
3. Ребрій І. М. Стратегічний аспект перекладу артлангів / І. М. Ребрій // Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : “Філологічні науки” (мовознавство) : зб. наук. пр. – 2016. – Т. 2, № 5. – С. 83–86.
4. Ребрій І. М. Мовні та етноментальні особливості перекладацького відтворення артлангів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.16 / І. М. Ребрій. – Херсон, 2017. – 20 с.
5. Auden W. The quest hero / W. Auden // Tolkien and the Critics. Essays on J. R. R. Tolkien's the Lord of the Rings. – London : Univ. of Notre Dame Press, 1968. – P. 40–61.

6. Tolkien J. R. R. *The Lord of the Rings* / J. R. R. Tolkien. – London : Harper Collins 1995.
7. Languages constructed [Electronic resource] / by J. R. R. Tolkien. – Retrieved from : https://en.wikipedia.org/wiki/Languages_constructed_by_J._R._R._Tolkien
8. *The Chronicle of Arda* [Electronic resource]. – Retrieved from : <http://www.glyphweb.com/arda/chronicle.html>
9. *The Letters of J. R. R. Tolkien. A Selection* / Humphrey Carpenter, Christopher Tolkien, (Eds). – Boston : Houghton Mifflin Company, 2000. – 502 p.

References

1. Kushnir, L. 2016. “Stratehii vidtvorennia “movnoi polifonii” tvoriv J. R. R. Tolkiena v ukraiinskykh perekladah.” *Naukovyi Visnyk of Kherson State University*, 18–26.
2. Rebrii, I. 2014. “Stratehii perekladatskoho vidtvorennia artlangiv.” *Zistavni Studii ta Perekladoznavstvo*, 55–62.
3. Rebrii I. 2016. “Stratehichniy aspekt perekladu artlangiv.” *Naukovyi Visnyk of Ivan Franko Drohobych State University*. Vol. 2, No. 5. 83–86.
4. Rebrii, I. 2017. “Movni ta etnomentalni osoblyvosti perekladatskoho vidtvorennia artlangiv”. Summary of Ph. D. dissertation. Kherson.
5. Auden, W. 1968. “The quest hero” In *Tolkien and the Critics. Essays on J.R.R. Tolkien’s the Lord of the Rings*, 40–61. L.: Univ. of Notre Dame Press.
6. Tolkien, J. R. R. 2002. *The Lord of the Rings*. London: HarperCollins.
7. *Languages constructed* by J. R. R. Tolkien. https://en.wikipedia.org/wiki/Languages_constructed_by_J._R._R._Tolkien.
8. *The Chronicle of Arda*. <http://www.glyphweb.com/arda/chronicle.html>
9. *The Letters of J. R. R. Tolkien. A Selection*. 2000. Boston : Houghton Mifflin Company.

Засекин Сергей, Искра Ирина. Способы воспроизведения языка эльфов в переводах трилогии Дж. Р. Р. Толкина “Властелин колец”. В статье обозначены основные способы и методы воспроизведения эльфийского языка в произведении Дж. Р. Р. Толкина “Властелин колец”. Рассмотрены лингвостилистические особенности и история создания эльфийских языков, установлено этноментальные и этнокультурные аспекты их перевода. Целью исследования является выделение ключевых стратегий воспроизведения артлангов в украинском языке. Проанализированы примеры высказываний на эльфийской речи в трех украиноязычных переводах. Проведен сравнительный анализ передачи безэквивалентной лексики на украинский язык в разных переводах трилогии Дж. Р. Р. Толкина “Властелин колец”, выполненных переводчиками О. М. Мокровольским, А. В. Немировой и К. В. Онищук. Выделены ключевые стратегии и способы передачи эльфийской речи в целевых версиях. В ходе исследования были выявлены следующие типичные способы воспроизведения артлангов: транскодирование, морфограмматические модификации и транскодирование с элементами транслокации. Стратегия доместики является доминирующей в украиноязычных переводах трилогии.

Ключевые слова: артланг, конланг, стратегия, перевод, безэквивалентная лексика.

Zasiekin Serhii, Iskra Iryna. *Methods of Reproducing Language of Elves in The Lord of the Rings Trilogy by J. R. R. Tolkien.* The article outlines the main translation methods of the J. R. R. Tolkien’s language of elves. We have studied linguistic and stylistic features of elves’ language. The history of artlang’s creation was also investigated. The aim of this research was to define key strategies of reproducing artistic language in Ukrainian. The examples of artistic languages in three Ukrainian-language translations have been analyzed. A comparative analysis of translating nonequivalent lexical units into Ukrainian was carried out on the basis of three translation versions of the trilogy *The Lord of the Rings* trilogy by O. Mokrovolskyi, A. Nemirova and K. Onischuk. The key strategies for the translation of the elven language were singled out. Among three main methods of artlang’s translation are transcoding, morphogrammatical modifications and transcoding with elements of translocation. The strategy of domestication is dominating in the Ukrainian versions of the trilogy.

Key words: artlang, conlang, strategy, translation, nonequivalent lexical units.

УДК 811.111’276.6:327

Наталія Каццишин

ЕМОТИВНІСТЬ ЯК НЕВІД’ЄМНА ДИСКУРСИВНА КАТЕГОРІЯ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Стаття присвячена дослідженню дискурсивної категорії емотивності в сучасному англомовному дипломатичному дискурсі. Уточнено поняття категорії емотивності та визначено її місце в категоріальній сітці дискурсу.

© Каццишин Н., 2017

сивних категорій дипломатичного дискурсу. З'ясовано, що категорія емотивності разом із засобами, які її творять, слугує для передачі інформації в дипломатії. Вона однаковою мірою дозволяє привертати увагу, увиразнювати ідеї і, навпаки, надавати їм нечіткості, приховувати, завуальовувати. У статті проаналізовано лексико-стилістичні ресурси, за допомогою яких ця категорія реалізується в дипломатичних текстах. Особливу увагу присвячено аналізу дипломатичної комунікації як середовища вербалізації емотивних ресурсів. Здійснено критичний огляд предметної сфери дипломатія та схарактеризовано особливості її субмови. Виявлено, що емоційність є характерною рисою дипломатичної комунікації і може проявлятися на вербальному та невербальному рівнях. Автор робить спробу довести, що невербальні засоби відіграють не менш важливу роль у дипломатії, ніж вербальні. Як одну з форм невербальної комунікації виділено мовчання, яке є особливим контекстом для мовлення і водночас особливою формою спілкування в дипломатії. Серед головних засобів, що слугують для вираження дискурсивної категорії емотивності, автор робить наголос на важливості аналізу метафори. Як ефективний спосіб аналізу дипломатичної метафори автор пропонує її диференціацію за прагматико-комунікативними типами. У цій праці представлено характеристику прагматико-комунікативного типу “небезпечна метафора” (“dangermetaphor”). Дослідження дало змогу схарактеризувати дискурсотвірний потенціал метафори у її вербальному і невербальному проявах на матеріалі дипломатичних промов і твіттер-мікроблогів дипломатів.

Ключові слова: дипломатичний дискурс, дискурсивна категорія, категорія емотивності, метафора, субмова.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розуміння механізмів лінгвістичного впливу в міжнародній політиці й дипломатії вимагає детального аналізу природи дипломатичного дискурсу (далі – ДД). На сучасному етапі розвитку ДД особливої ваги набуває вивчення його категоріальної сітки. Серед дискурсивних категорій ДД помітну роль відіграє категорія емотивності, адже важко переоцінити роль емоцій у дипломатії як на вербальному, так і на невербальному рівнях спілкування.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Дослідження англомовного ДД на сучасному етапі його розвитку, його терміносистеми, жанрів, прагматичного потенціалу, дискурсивних категорій та ін. представлено в наших попередніх працях [5; 6; 8; 19; 21; 22]. Феномен емотивності становить певну складність у сучасній лінгвістиці, про що свідчить відсутність цілісного опису емотивності як категорії. Однак, знаходимо поодинокі розвідки, присвячені мовним засобам, які виражають емоції [7; 18; 20]. Щодо категорії емотивності, яка є у фокусі цього дослідження, то її опис на прикладі конкретного дискурсу рідко ставав окремим об'єктом для дослідження. Теоретичною базою для дослідження категорії емотивності слугували праці, присвячені текстово-дискурсивним категоріям загалом (Ф. Бацевич [1], С. С. Вауліна, О. В. Девіна [2], В. І. Карасик [4], І. Кочан [10], В. Н. Мещеряков [11], О. О. Селіванова [12] К. С. Серажим [13]).

Мета і завдання цієї статті. Мета роботи полягає в аналізі англомовного ДД через опис його головних дискурсивних категорій, зокрема категорії емотивності. Ця категорія становлять особливе зацікавлення для вивчення через особливий клішований та нормативний характер ДД як різновиду інституційного, що, на перший погляд, виключає існування емоційних засобів у ньому. Категорія емотивності та її головні засоби мають особливі функції і прагматичний потенціал, які і є предметом нашого дослідження.

Завданням цієї статті є описати емотивні мовні засоби й дипломатичну сферу як особливе середовище функціонування цих мовних засобів, які беруть участь у творенні емоційності ДД і дають підґрунтя вважати категорію емотивності самостійною дискурсотвірною категорією у складі категоріальної сітки англомовного ДД.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У нашій роботі опираємося на визначення дискурсивної категорії, запропоноване в попередніх наших розвідках, яке полягає у її розумінні як дискурсивної ознаки, комплексу характерних рис, спроможних повною мірою виявити взаємозв'язок елементів дискурсу та забезпечити його творення і функціонування в усій його специфіці [6, с. 4].

Беручи за основу диференціацію категорій, запроповану Ф. Бацевичем, згідно з яким існує 3 групи категорій: 1) формально-структурні, синтаксичні за природою; 2) семантичні (онтологічно-семантичні та змістовно-семантичні); 3) прагматичні [1, с. 183–184], наголосимо, що для опису ДД особливе значення мають семантичні та прагматичні категорії [6, с. 5], серед

яких на особливу увагу в контексті сучасної дипломатії заслуговує категорія емотивності (емоційності). Зазначимо, що деякі дослідники, зокрема О. О. Селіванова, розглядають цю категорію як підкатегорію в межах категорії модальності. Як стверджує дослідниця, емоційність як текстово-дискурсивна підкатегорія характеризується емоційною спрямованістю авторських стратегій і відображається в емоційності тексту і його компонентів, а також емоційній налаштованості інтерпретатора [12, с. 214].

На нашу думку, категорія емотивності разом із засобами, які її творять, слугує для передачі інформації в дипломатії; вона однаковою мірою дозволяє привертати увагу, увиразнювати ідеї і, навпаки, надавати їм нечіткості, приховувати, завуальювати. Отже, емотивність дискурсу як категорія – це сукупність вербальних і невербальних засобів, здатних надавати емоційної забарвленості його змісту і керувати почуттями слухача/читача. Ця категорія становить особливий інтерес для нашого дослідження з огляду на його об'єкт – ДД, який є різновидом інституційного дискурсу.

Як відомо, інституційний дискурс є спеціальним клішованим видом спілкування. Типовими рисами дипломатичного тексту як зразка інституційного дискурсу є дотримання строгої традиції викладу інформації та дипломатичного етикету, логічності, використання термінів, кліше, особливих синтаксичних конструкцій. Будь-яке відхилення від цих норм у дипломатичному усному чи письмовому мовленні, на перший погляд, може призвести до руйнування особливого дипломатичного стилю. Як підтверджує наш аналіз, емоційна мова завжди була невід'ємною рисою дипломатичного спілкування і саме поєднання емоційності та строгості й чіткості сприяло становленню особливого виду спілкування, який притаманний дипломатичній сфері. Для того, щоб детально описати суть та роль категорії емотивності у ДД, пропонуємо цю розвідку, присвячену опису його середовища функціонування.

Отже, термін “diplomacy” є французьким запозиченням і був вперше вжитий в англійській мові суспільно-політичним діячем Едмундом Бурке в 1796 році. Однак французька лексема “diplomatie” є також запозиченням і походить від грецького слова “diploma”, що означає “складений вдвоє”. Свого часу це був новий спосіб згортання документів, на відміну від скручування. У часи Римської імперії термін “diploma” використовувався для позначення своєрідних паспортів. Згодом це слово розповсюдилося на всі офіційні документи. Ще пізніше так назвали мистецтво й науку укладання документів. Першою книгою, де цей термін вжито в сучасному значенні, була “De Re Diplomatica” (1681), автором якої є вчений-бенедиктинець Дон Жан Мабілон з абатства Сен Жермен де Пре. Книга є початком відліку існування як самого терміна “дипломатія”, так і цілої науки ведення переговорів. Отже, термін “дипломатія” в сучасному значенні вживають приблизно з XVII століття. Однак, дипломатія не як термін, а як соціальний інститут, а разом з ним і мова, що його обслуговує, має набагато давнішу історію [9].

Як стверджують дослідники, найдавніший приклад дипломатичної мови – це угода про мир і дружбу, яку укладено близько 2400 р. до н. е. між королівствами Ебла і Гамазі (Месопотамія). Її вступна частина звучить так: “...Ikbar-Damu, King of Ebla, brother of Zizi, King of Hamazi; Zizi of Hamazi, brother of Ikbar-Damu, King of Ebla...” [19, с. 117].

Незважаючи на те, що таке формулювання може викликати посмішку, а манера величати себе може здатись застарілою, сьогодні, у часи демократії, ми знаходимо цю ж ідею, виражену такими ж термінами:

“His Majesty the King of Belgians,... .. Herroyal Highness the Grand Duchess of Luxembourg, her Majesty the Queen of the Netherlands” [19, с. 117].

Форма може бути іншою, але суть не змінилась, незважаючи на тисячоліття, які відділяють ці два документи (один укладено в Месопотамії у 3 тисячолітті до н. е., а інший у Європі у 3 тисячолітті н. е.) [9].

Мова дипломатії – відображення цієї довгої взаємодії та спілкування між народами. Результатом припинення такого спілкування завжди був конфлікт. Однак, нерідко мова й сама була причиною непорозумінь і конфліктів. Для опису дипломатичної мови у іноземних дослі-

дженнях вживають термін “commonform” бо вона інтегрує як різні мови (англійську, французьку, латинську), так і різні субмови (політичну, юридичну, економічну), а також різні функціональні стилі (офіційно-діловий, публіцистичний).

Отже, говорячи про дипломатичну мову, важливо наголосити на її складній і суперечливій природі. Беручи до уваги розуміння дипломатичної мови як особливої субмови, що функціонує в різноманітних жанрах ДД (дипломатична промова, міжнародна угода, твіттер-мікроблог та ін.) і забезпечує комунікацію в дипломатичній сфері, виділяємо такі її риси, як точність, клішованість, чіткість, ритуалізованість, консерватизм, з одного боку, та навмисну двозначність, натяк, значну залежність від фонові інформації, важливість попередніх знань, з іншого. Постійна потреба поєднати непоєднуване (чіткість і натяк) вимагає в дипломата сумлінної роботи над словом. Їх часто називають “intuitive semioticians”, “architects of diplomatic saying”. Говорять також про “sematicobsession” [14; 17], з якою вибудовують дипломатичне спілкування.

Згадана вище специфіка дипломатичної мови зумовлена постійною потребою передавати, викликати та сприймати емоції, які постійно присутні в напруженому дипломатичному світі. Зауважимо, що не лише слова володіють емоційним потенціалом. Не можна не погодитись, що невербальна комунікація у дипломатії є не менш важлива, ніж вербальна. Важко переоцінити важливість відбору послів, подарунків. Навіть тиша в дипломатії, тобто відсутність відповіді, має певне значення. У дипломатії “робити – означає казати” і “казати – означає робити”, а мовчання іноді красномовніше, ніж найгучніші заяви [9]. Особливе значення в дипломатичному спілкуванні має мовчання. Будучи однією з форм невербальної комунікації, мовчання є контекстом для мовлення, його основою, а подекуди і самим змістом. Для дипломатії змістовним є твердження Л. Вітгенштайна, відомого австрійського лінгвістичного філософа про те, що “мова маскує думку. І маскує так, що з зовнішньої форми маски не можна скласти уявлення про форму замаскованої думки, бо форму маски утворено зовсім не для того, щоб з неї можна було впізнати форму тіла” [3, с. 36]. Утримання від розмови, замовчування або демонстративна тиша була і залишається традиційними видами відповіді в дипломатичному спілкуванні. Можна з певністю стверджувати, що в дипломатії мовчання є специфічним ритуалом. Так, емоційний компонент завжди присутній у дипломатичному спілкуванні як у його вербальному, так і у невербальному проявах.

Важливе місце серед мовних засобів, здатних вербалізувати категорію емотивності, є метафора. З огляду на специфіку дипломатичної комунікації можемо стверджувати, що метафора відіграє важливу роль у міжнародних перемовинах та налагодженні діалогу. Нерідко виникає необхідність у тому, щоб дипломатичний текст був орієнтований не тільки на надання інформації, але й на здійснення впливу і переконання. Ретельно продуману дипломатичну мову використовують як для приховування інформації, так і для виявлення того, що приховують. Очевидно, що метафора в дипломатії функціонує як форма лінгвістичної прикраси, але цей “орнамент” має особливий характер і функції. Метафора є потужним засобом для проведення порівнянь, підкреслення ключових проблем і їх аспектів, зняття акценту з другорядних. Її можна вважати одним із найпотужніших лінгвістичних інструментів, що є у розпорядженні дипломата.

На відміну від традиційного розуміння метафори як вербальної прикраси (“verbalornamentation”), [23, с. 290], або як системної стилістичної стратегії, про що читаємо ще у Сократа, сьогодні лінгвісти вбачають у метафорі відображення когнітивного процесу [15, с. 164], основний спосіб пізнання дійсності і опису правди [16, с. 189]. Метафора становить зацікавлення не лише для лінгвістичних і літературних розвідок, але й стала невід’ємною частиною політичної та суспільної комунікації. У дипломатичній сфері – це ефективний метод спростити опис складних понять і процесів, передати значну кількість інформації, структурувати інформацію, пропонувати нову точку зору, оминати квазі-норми дипломатичного етикету, впливати, переконувати, викривати, натякати, завуальовувати. Дослідження, покликане продемонструвати ефект метафори в дипломатії, насамперед має фокусуватись на реальності, яку метафори при-

ховують. Метафора в дипломатії – це значною мірою індивідуальна інтерпретація подій дипломатом, яка, тим не менше, несе в собі відображення національної колективної свідомості [8, с. 110].

У контексті цього дослідження емотивності як самостійної дискурсивної категорії та її лексичних ресурсів видається доцільним запропонувати диференціацію метафор дипломатії відповідно до їхнього прагматичного потенціалу. У цій праці зосереджуємо увагу на метафорах, які становлять небезпеку для дипломатичного діалогу (“*dangermetaphors*”). Як робочий пропонуємо термін “небезпечні метафори” і вважаємо, що “небезпечні метафори” – це один із прагматико-комунікативних типів дипломатичної метафори, який базується на потенційно оманливій аналогії, провокує конфлікти в міжнародній сфері та може призвести до краху діалогу. Як відомо, для того, щоб проводити аналогію та порівнювати, мовець припускає, якщо дві речі схожі за одним параметром, то значною мірою їхня схожість є й у всіх інших характеристиках. Однак, такі припущення часто призводять до “небезпечних” узагальнень і порівнянь. Якщо припущення неправильні, то й висновки хибні, а результати перемовин негативні. Найбільшою небезпекою аналогії у дипломатії, на нашу думку, є, наприклад, проектування образу дипломата на всю країну, яку він представляє. Нерідко образа дипломата сприймається як образа країни, хоча його особистість має мало спільного з цілим народом. Як приклад метафор, що провокують / позначають небезпеку, наводимо метафоричний вираз “*dominoeffect*”, який уживається для позначення реакції західних держав на процеси, які відбуваються в соціалістичних державах. Однак, застосування цієї метафори для опису інших країн може призвести до краху діалогу в міжнародній політиці.

Іншими прикладами “небезпечних метафор” є “*to lift your own people out*”, “*to take leadership from the top*”, “*to preserve their grip on power*”, “*at the bottom of a list of rankings*”. В усіх цих прикладах простежуємо прагнення до домінування, агресію, надмірність. Про це свідчать такі лексеми, як “*your own people*”, “*leadership*”, “*grip on power*” та ін.

Метафоричні вирази із лексичним компонентом “*boundary*” також становлять потенційну небезпеку для дипломатів. З одного боку, створення регіонів є своєрідним структуруванням і впорядкуванням хаосу в міжнародній політиці, а з іншого, якщо такий поділ стає загальним надбанням, то змінити кордони у свідомості мас стає практично неможливо. Так слово може формувати політику і впливати на хід історії. Міфи породжують інші міфи, які врешті-решт стають небажаними для самої дипломатії.

Інший аспект метафоричної мови і категорії емотивності дипломатичного дискурсу в ширшому сенсі стосується невербальної комунікації. Як було зазначено, невербальна комунікація відіграє значну роль у дипломатії. Логічно припустити, що існують інші прояви метафори, які не обмежуються лише мовою, а включають невербальні елементи, такі як зображення, фото, жести. Метафора, що виникає на межі цих різних модальностей, або мультимодальна метафора, притаманна й ДД. Наголосимо, що мультимодальні метафори – це метафори, джерело і ціль яких представлені виключно, або переважно в різних модальностях. Ці модальності включають фото, жести, звуки, музику, зображення і т. д. Головною перевагою використання мультимодальної метафори і метафтонімії в дипломатії є значно вища швидкість поширення інформації, порівняно з вербальними засобами, а також більший вплив на аудиторію. Мультимодальна метафора і метонімія є лінгвістичною стратегією, яка сприяє розбудові дипломатичних відносин, чітко відображаючи соціальні та міжнародні реалії. У дипломатії головним жанром, де можемо простежити це лінгвістичне явище є мікроблог дипломатів у твіттері [9].

Отже, підсумуємо, що метафора є одним із засобів творення категорії емотивності ДД. Її прояви на вербальному та невербальному рівнях становлять особливе зацікавлення в контексті дипломатії. Диференціація традиційної, вербальної метафори за прагматико-комунікативними типами дозволила виділити “небезпечні метафори” як один із ефективних інструментів емотивності в сучасній дипломатичній комунікації.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Комунікація у сфері дипломатії вкрай рідко відбувається без емоційного складника. Емоційність у дипломатії виражають за

допомогою вербальних і невербальних засобів, роль яких у сучасній дипломатії є значною в однаковій мірі. Оскільки дискурсивна категорія є, як ми зазначали, комплексом характерних рис і елементів, здатних забезпечити творення і функціонування певного дискурсу, то можемо припустити, що метафора, серед інших засобів, є центральним ресурсом творення категорії емотивності й потужним інструментом успішної комунікації у дипломатичній сфері.

Результати дослідження емотивності в дипломатичній комунікації вказують на те, що емотивні ресурси мови є зручним способом її використання для досягнення комунікативної мети у дипломатичній сфері, який дозволяє зробити фокус на тому, що залишається стабільним, а що змінюється у дипломатії. Подальше дослідження емотивних ресурсів дипломатичної мови сприятиме виявленню складних механізмів дипломатичних переговорів і запоруки їх успіху у вузькому і широкому сенсі. Перспективу в подальшому дослідженні емотивності вбачаємо у аналізі інших вербальних та невербальних емотивних засобів, з одного боку, та розширення системи прагматико-комунікативних типів дипломатичної метафори, з іншого.

Джерела та література

1. Бацевич Ф., Кочан І. Лінгвістика тексту : підручник / Ф. Бацевич, І. Кочан. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 316 с.
2. Ваулина С. С. Авторская модальность как текстообразующая категория (к постановке проблемы) [Электронный ресурс] / С. С. Ваулина, О. В. Девина // Вестник Российского государственного ун-та им. И. Канта. – 2010. – Вып. 8. – С. 13–21. – Режим доступа : <http://journals.kantiana.ru/vestnik/203/542/>
3. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus: філософські дослідження / Л. Вітгенштайн. – Київ : Основи, 1995. – 165 с.
4. Карасик В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность : социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград ; Саратов : Перемена, 1998. – С. 185–197.
5. Кащишин Н. Є. Дипломатичний дискурс як вид інституційного дискурсу / Н. Є. Кащишин // Наукові записки. Сер. : Філологічні науки. – Кропивницький : Вид-во Лисенко В.Ф., 2017. – Вип. 153. – С. 232–235.
6. Кащишин Н. Є. Дискурсивні категорії англомовного дипломатичного дискурсу / Н. Є. Кащишин // Актуальні питання іноземної філології : наук. журн. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. – № 5. – С. 53–58.
7. Кащишин Н. Є. Експресивність термінів англомовного дипломатичного дискурсу / Н. Є. Кащишин // Наукові записки Ніжин. держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя. Сер. : Філологічні науки. – 2014. – Кн. 2. – С. 93–98.
8. Кащишин Н. Є. Мультимодальна метафора та метафтонімія в дипломатичному дискурсі / Н. Є. Кащишин // Сучасний вимір філологічних наук : матеріали міжнар. науково-практичної конф. (м. Львів, 21–22 лип. 2017 р.). – Львів : ГО “Наукова філологічна організація “ЛОГОС”, 2017. – С. 109–111.
9. Кащишин Н. Є. Особливості дипломатичної мови: історія і сьогодення [Електронний ресурс] / Н. Є. Кащишин. – Режим доступу : <http://everest-center.com/blog/osoblivosti-diplomatichnoyi-movi-istoriya-i-sogodennyya>
10. Кочан І. Текстові категорії: проблеми виокремлення і трактування у сучасній науці / І. Кочан // Лінгвістика. – Херсон : Вид-во ХДУ, 2009. – Вип. 9. – С. 20–25.
11. Мещеряков В. Н. Модальность текста / В. Н. Мещеряков // Филологические науки. – 2001. – № 4. – С. 99–105.
12. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории и коммуникации / Е. А. Селиванова. – Киев : ЦУЛ, Фитосоционцентр, 2004. – 336 с.
13. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти) : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.01.08 “Журналістика” / К. С. Серажим. – Київ, 2003.
14. Cohen R. Negotiating a cross Cultures: International Communication in an Interdependent World (2nd ed.) / R. Cohen. – Washington DC : United States Institute of Peace Press, 1997. – 268 p.
15. Danesi M. Analyzing Cultures : An Introduction and Handbook / M. Danesi, P. Perron. – Bloomington, IN : Indian University Press, 1999.
16. Foss S. Rhetorical Criticism : Exploration and Practice / S. Foss. – Prospect Heights, IL : Waveland, 1996.
17. Kamel S. A. J. Language and Diplomacy / S. A. J. Kamel // Language and Diplomacy. – Malta : Diplo Projects, 2001. – P. 49–54.
18. Kashchyshyn N. Metaphors in the English Diplomatic Discourse : Their Role and Functions [Electronic resource] / N. Kashchyshyn // 37th Annual Meeting of the Department of Linguistics. Aristotle University of The Ssaloniki, 12–14 May, 2016. – Retrieved from : <http://www.lit.auth.gr/amgl37/Poster/Kashchyshyn.pdf>
19. Kashchyshyn N. Rituality in Diplomacy. Terminological Embodiment / N. Kashchyshyn // Science and Education a New Dimension : Philology, I (2). – Budapest, 2013. – Issue : 11. – P. 116–120.

20. Kashchyshyn N. The Linguistics of Emotions in Oral Diplomatic Communication / N Kashchyshyn // Spoken Communication 2016 : GSCP International Conference in Naples, 13–15 June 2016. – Naples : Accademia Pontaniana, University of Naples “L’ Orientale”, 2016. – P. 52–53.
21. Kashchyshyn N. The Role of Metaphors in the Language of Diplomacy [Electronic resource] / N. Kashchyshyn // Metaphor in the Arts, in Media and Communication : The 11th Conference of the Association for Researching and Applying Metaphor, 1–4 July 2016. – Berlin : Freie Universität Berlin, Germany, 2016. – P. 124–125. – Retrieved from : http://www.raam2016.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/programme/RaAM-Book-of-Abstracts_WEB.pdf
22. Kashchyshyn N. Translating Metaphors of the Diplomatic Discourse: Theory and Practice / N. Kashchyshyn // Colloque International Metrad 2017 “La Metaphore et la Traduction”. University of Toulon, France, 1–2 June, 2017. – P. 24.
23. Lakoff G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980.

References

1. Batsevych, Floriy and Kochan, Iryna. 2016. *Linhvistyka Tekstu*. – Lviv: LNU imeni Ivana Franka.
2. Vaulina, S. S. and Devina, O. V. 2010. “Avtorskaia Modalnost kak Tekstobrazuiushchaia Kategoriia (k Postanovke Problemy).” In *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo un-ta im. I. Kanta*, 8: 13–21.
3. Vittenshtain, L. 1995. *Tractatus Logico-Philosoficus: filosofski doslidzhennia*. Kyiv.
4. Karasyk, V. I. 1998. “O Katehoriiaakh Diskursa.” In *Yazykovaia lichnos: sotsiolingvysticheskie i emotivnye aspekty*. Volgograd; Saratov: Peremena, 185–197.
5. Kashchyshyn, N. S. 2017. “Dyplomatychnyi Dyskurs yak Vyd Instytutsiinoho Dyskursu.” In *Naukovi zapysky. Ser.: Filolohichni nauky*. Kropyvnytskyi: Vyd. Lysenko V. F., 153: 232–235.
6. Kashchyshyn, N. S. 2016. “Dyskursyvni Katehorii Anhlovnoho Dyplomatychnoho Dyskursu.” In *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii: nauk. zhurn.* Lutsk: Skhidnoievrop. nats. un-t im. Lesi Ukrainky, 5: 53–58.
7. Kashchyshyn, N. S. 2014. “Ekspresyvnist Terminiv Anhlovnoho Dyplomatychnoho Dyskursu.” In *Naukovi zapysky Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia. Ser.: Filolohichni nauky*, 2: 93–98.
8. Kashchyshyn, N. S. 2017. “Multymodalna Metafora ta Metafonimiia v Dyplomatychnomu Dyskursi”. In *Suchasnyi vymir filolohichnykh nauk*, 109–111.
9. Kashchyshyn, N. S. *Osoblyvosti Dyplomatychnoi Movy: Istoriia Sohodennia*. <http://everest-center.com/blog/osoblyvosti-diplomatichnoyi-movi-istoriya-i-sogodennya>
10. Kochan, Irzna. 2009. “Tekstovi Katehorii: Problemy Vyokremлення i Traktuvannia u Suchasni Nautsi.” In *Linhvistyka*, 9: 20–25.
11. Meshcheriakov, V. N. 2001. “Modalnost Teksta.” In *Filologicheskie nauki*, 4: 99–105.
12. Selyvanova, Elena. 2004. *Osnovy Lingvisticheskoi Teorii i Kommunikatsyi*. Kiev: TSUL, Fitosotsyotsentr.
13. Serazhym K. S. 2003. *Dyskurs yak SSotsiolinhvalnyi Fenomen Suchasnoho Komunikatyvnoho Prostoru (Metodolohichni, Prahmatyko-Semantychni i Zhanrovo-Linhvistychni Aspekty)*. PhD diss., Kyiv.
14. Cohen, R. 1997. *Negotiating a Cross Cultures: International Communication in an Interdependent World*. Washington DC: United States Institute of Peace Press.
15. Danesi, M., and Perron, P. 1999. *Analyzing Cultures : An Introduction and Handbook*. Bloomington; IN: Indian University Press.
16. Foss, S. 1996. *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*. – Prospect Heights; IL: Waveland.
17. Kamel, S. A. J. 2001. “Language and Diplomacy”. In *Language and Diplomacy*. Malta: DiploProjects, 49–54.
18. Kashchyshyn, N. “Metaphors in the English Diplomatic Discourse : Their Role and Functions”. In *37th Annual Meeting of the Department of Linguistics*. Aristotle University of The Ssaloniki, 12–14 May, 2016. – Retrieved from : <http://www.lit.auth.gr/amg137/Poster/Kashchyshyn.pdf>
19. Kashchyshyn, N. 2013. “Rituality in Diplomacy. Terminologica Embodiment”. In *Science and Education a New Dimension*. Budapest, 11: 116–120.
20. Kashchyshyn, N. 2016. “The Linguistics of Emotions in Oral Diplomatic Communication”. In *Spoken Communication 2016 : GSCP International Conference in Naples, 13–15 June 2016*. Naples: Accademia Pontaniana; University of Naples “L’ Orientale”, 52–53.
21. Kashchyshyn, N. 2016. “The Role of Metaphors in the Language of Diplomacy”. In *Metaphor in the Arts, in Media and Communication*. – Berlin: Freie Universität Berlin, Germany, 124–125. Retrieved from : http://www.raam2016.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/programme/RaAM-Book-of-Abstracts_WEB.pdf
22. Kashchyshyn, N. 2017. “Translating Metaphors of the Diplomatic Discourse: Theory and Practice”. In *Colloque International Metrad 2017 “La Metaphore et la Traduction”*. France: University of Toulon, 24.
23. Lakoff, G., and Johnson, M. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Кащишин Наталья. Эмотивность как неотъемлемая дискурсивная категория современного англоязычного дипломатического дискурса. Статья посвящена исследованию дискурсивной категории эмотивности в современном англоязычном дипломатическом дискурсе. Уточнено понятие категории эмотивности и определено ее место в категориальной сетке дискурсивных категорий дипломатического дискурса. Выяснено, что категория эмотивности вместе со средствами, которые её создают, служит для передачи информации в дипломатии; она в равной степени позволяет привлекать внимание, подчеркивать идеи и, наоборот, придавать им

нечеткості, скривати, завуалювати. В статті проаналізовані лексико-стилістическі ресурси, з допомогою яких данна категорія реалізується в дипломатическіх текстах. Особле увагу присвячено аналізу дипломатическої комунікації як середовища вербалізації емотивних ресурсів. Осуществлен критический обзор предметної області дипломатія і охарактеризовані особенності її субязика. Обнаружено, що емоціональність являється характерною чертою дипломатическої комунікації і може проявлятися на вербальному і невербальному рівнях. Автор робить спробу довести, що невербальні засоби грають не менше важливу роль в дипломатії, ніж вербальні. В якості однієї з форм невербальної комунікації виділено мовчання, яке являється контекстом для речі і разом з тим особливою формою спілкування в дипломатії. Серед головних засобів, служачих для вираження дискурсивної категорії емотивності, автор робить упор на важливість аналізу метафори. Як ефективний спосіб аналізу дипломатическої метафори автор пропонує диференціацію по прагматическо-комунікативними типами. В данній роботі представлена характеристика прагматическо-комунікативного типу “небезпечна метафора” (“danger metaphor”). Исследование позволило охарактеризовать дискурсоформирующий потенциал метафори в ее вербальном и невербальном проявлениях на материале дипломатических речей и твиттер-микроблогов дипломатов.

Ключевые слова: дипломатический дискурс, дискурсивная категория, категория эмотивности, метафора, субязык.

Kashchyn Nataliia. Emotivity as an Inherent Discursive Category of Modern English-language Diplomatic Discourse. This article is devoted to the research of the discursive category of emotivity in modern English diplomatic discourse. The concept of the category of emotivity is specified and its place in the categorical grid of discursive categories of diplomatic discourse is determined. It is stated that the category of emotivity, together with the means that generate it, serves to facilitate the transfer of information in the diplomatic field. It makes it possible simultaneously to attract attention and to convey ideas, or else to incorporate vagueness into the expression of ideas, or to conceal or disguise certain elements. In this article an analysis is given of lexical and stylistic resources by which this category is manifested in diplomatic texts. Particular attention is given to the analysis of diplomatic communication as an environment for the verbalization of emotive resources. A critical review of the subject area of diplomatic discourse was carried out and the peculiarities of its sublanguage has been described. It is illustrated that emotionality is actually a characteristic feature of diplomatic communication and it may be evident both at the verbal and the nonverbal level. The author seeks to demonstrate that nonverbal means play a role that is no less important role in diplomacy than verbal means. Particular emphasis is placed on silence as one of the forms of non-verbal communication. It is highlighted that silence is a special context for speech and, at the same time, a special form of communication in diplomacy. Among the main means that serve to express the discursive category of emotivity, the author emphasizes the necessity of analysing metaphor. As an effective strategy for analyzing diplomatic metaphor, the author suggests differentiating between pragmatic and communicative types. In this paper a description of the pragmatic communicative type “dangerous metaphor” is presented. This study made it possible to characterize the discourse-forming potential of metaphor in its verbal and nonverbal manifestations based on the source material of diplomatic speeches and twitter microblogs by diplomats.

Key words: diplomatic discourse, discursive category, category of emotivity, metaphor, sublanguage.

УДК 811.112.2'271:398.91

Ліліана Кінах

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ НАРОДНИХ ПРИКМЕТ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено з'ясуванню лінгвокультурних особливостей народних прикмет у німецькій мові, пов'язаних із явищами погоди. Народні прикмети відображають багатовіковий життєвий досвід селян, починаючи з часів Середньовіччя, доносять до нас, нащадків, інформацію про особливості їхнього господарювання на землі (розпорядок дня, побут, знаряддя праці, продукти харчування, предмети одягу тощо), їхні спостереження за погодою і природою протягом усього календарного року та закономірності, які з цього випливають (коли слід починати сіяти зернові, випасати худобу, збирати врожай на полі та в саду, йти на полювання тощо). Розглянуто широку палітру багаторічних спостережень селян за метеоявищами (вітром, грозою, блискавкою, дощем, рососою, снігом, хмарами, веселкою тощо), представниками рослинного і тваринного світу. Висвітлено деякі історичні факти, пов'язані з побутуванням народних прикмет у німецькій мові, простежено співвіднесення народних прикмет із певними днями церковного календаря та астрологічні впливи на передбачення погоди. Особливу увагу приділено так званим “пророчим” дням у календарі (Lostage), у які селяни максимально уважно спостерігали за погодними явищами, намагаючись робити довго- чи короткотривалі прогнози та сподіваючись на покровитель-

ство святих. З'ясовано низку лексико-семантичних та стилістичних особливостей народних прикмет у німецькій мові. У застарілих назвах місяців року, які досить часто трапляються в народних прикметах, знаходять своє відображення особливо яскраві погодні характеристики цих місяців, простежується похідність цих слів від найменувань господарських робіт, проведених у цю пору, та найменувань представників флори і фауни. Встановлено, що кількісно переважають народні прикмети, пов'язані з весняними місяцями, коли традиційно розпочиналися польові роботи й за натяками природи селяни прагнули дізнатися, яким буде врожай. У статті проаналізовано особливості реченнєвої структури народних прикмет, використання у них “магічних” чисел (зокрема 4, 7, 12, 40), оригінальних емоційно-оцінних порівнянь, метафор та явищ персоніфікації. Усе це підкреслює важливе культурно-історичне значення цих яскравих зразків усної народної творчості німецького народу.

Ключові слова: календар, культура, метеорологічні спостереження, народні прикмети, пророчі дні.

Постановка наукової проблеми та її значення. Культура – складний феномен життя певної групи, етносу чи цивілізації і становить збережені в їхній пам'яті символічні способи матеріального й духовного усвідомлення світу, моделі його пізнання й інтерпретації [1, с. 278]. Паремійний фонд німецької мови в загальному та народні прикмети зокрема є частиною історії культури німецького народу, а відтак потребує всебічного вивчення.

Аналіз досліджень цієї проблеми. У передмовах до збірок народних прикмет О. Костенцера, Ю. Кумпфмюллер, Х. Мальберга, Ю. Мюллера [4; 5; 6; 8] йдеться про історію виникнення та практичну цінність народних прикмет, ступінь достовірності давніх прикмет, порівняно з сучасними метеодослідженнями, та доцільність їхнього врахування при проведенні сьогodenних сільськогосподарських робіт.

Метою пропонованої наукової розвідки є з'ясування лінгвокультурних особливостей народних прикмет у німецькій мові, пов'язаних із передбаченням погоди. Реалізація цієї мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) виявити лексико-семантичні особливості таких народних прикмет; 2) проаналізувати культурно-історичний зміст, зафіксований у них.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Багатотисячолітня історія людства супроводжується залежністю його існування від природно-кліматичних умов у цілому та явищ погоди зокрема. Особливо виразно це проявлялося у давні часи, а найбільш залежними від погоди були селяни. Прагнучи довідатися, як довго протримається гарна погода, чи піде дощ, яким буде врожай, вони регулярно спостерігали за природою і погодою, простежували їхній вплив на господарські роботи, фіксували закономірності й робили прогнози, які дійшли до нашого часу у вигляді народних прикмет (нім. *Bauernregeln, Wetterregeln*).

Найстарішими німецькомовними збірками народних прикмет вважають “*Bauernpraktik*” (1508) [6, с. 160] і “*Reynmanns Wetterbüchlein*” (1510) [3, с. 514]. З часу першого виходу у світ вони постійно перевидавалися і користувалися популярністю у вигляді календарів (*Bauernkalender*). Селяни були на той час здебільшого неписьменні, тож такі календарі містили велику кількість малюнків та зрозумілі кожній людині позначення спеки, дощу, морозу, фази Місяця тощо. Використання зображень святих (штирійське “*Mandl*” – *Männchen*), прив'язаних до певних днів року, зумовило й назву таких календарів “*Mandl-Kalender*” [4, с. 6].

Наприкінці XVIII ст. народні прикмети потрапляють у поле зору офіційної науки. Їх записують, вивчають, друкують, жодним чином не вважаючи їх забобонами чи відьомськими пророцтвами. Саме з народних прикмет починається відкриття метеорологічних законів природи. Деякі прикмети виявляються суперечливими або недостовірними, адже вони зафіксували в собі досвід багаторічних метеоспостережень у певних місцевостях, а потім були перенесені людьми при переселенні в іншу місцевість із зовсім іншими погодними умовами. До цього слід також додати григоріанську реформу календаря у 1582 році, яка змістила усталений століттями порядок днів на десять. Тому “старі”, тобто зафіксовані до 1582 року, народні прикмети мають “похибку” в десять днів, що спотворює їхню прогнозувальну метеорологічну силу [7, с. 8]. Проте в більшості випадків з'ясувати, у який час або на якій території була зафіксована прикмета, практично неможливо.

З величезного масиву народних прикмет виокремлюються передбачення погоди (*Wenn Wolken und Wind sich grüßend begegnen, fängt's in Bälde an zu regnen*), побажання росту рослин (*Die Erde muss ihr Bettuch haben, soll sie der Winterschlummer laben*), поради щодо ведення польових робіт (*Wenn die Birke Kätzchen hat, ist es Zeit für Gerstensaar*), прогнози щодо майбутнього урожаю (*Je mehr die Maikäfer verzehren, desto mehr Korn wird die Ernte bescheren*), прикмети, що містять найменуваннями рослин і тварин – профетів погоди (*Glatter Pelz beim Wilde, dann wird der Winter milde*) та ін.

Народні прикмети ґрунтуються, як правило, на тривалих спостереженнях за місцевими явищами погоди, проте є і такі, які частково перейняли традиції античності (про явища грому, блискавки). У давні часи людина змушена була шукати зв'язок явищ погоди з тими змінами, які відбувалися в небі, повітрі, світі рослин і тварин. У народних прикметах зафіксовано досвід спостереження людей за Сонцем (*Oktobersonnenschein schüttet Zucker in den Wein*), Місяцем (*Mondhelle Nächte im April schaden der Baumblüte viel*), хмарами (*Juliwolken – fette Molken*), росою (*Abendtau und Kühl' im Mai bringen Wein und vieles Heu*), дощем (*Warmer Aprilregen bringt großen Segen; Juliregen nimmt den Erntesege*), туманом (*Nebel vor Weihnachten ist Brot, Nebel nach Weihnachten ist Tod*), градом, льодом, снігом (*Gibt's im Februar weiße Wälder, freuen sich Wies' und Felder; Novemberschnee tut der Saat nicht weh*), громом і блискавкою (*Donnert es im Januar, gibt es Eis ohne Ende. Gewitter im Mai bringt Früchte herbei*), вітром (*Wind vor Sonnenaufgang ist schönen Winters Anfang, Wind vor Sonnenuntergang ist Regens Anfang*), морозом (*Februar mit Frost und Wind macht die Ostertage gelind*), спекою (*Ist der August heiß, wird der Winter streng und weiß*), тваринами (*Siehst du im April die Falter tanzen, kannst du getrost im Garten pflanzen. Maikäferjahr – ein gutes Jahr*), рослинами (*Wächst das Gras im Januar, ist's im Sommer in Gefahr; Fließt im Dezember noch Birkensaft, krieget der Winter keine Kraft*) та ін.

Низка народних прикмет “прив'язана” до окремих днів у календарному році, передусім до так званих *Lostage*, які є за старим народним віруванням найбільш пророчими для стану погоди найближчими тижнями і всіляких подій у житті людини, передусім ведення польових робіт (від *losen = Schicksal bestimmen, ein Orakel befragen* [5, с. 8]). Найважливішими з них є “дванадцять ночей” (*Zwölfnächte*), тобто дванадцять днів і ночей між Різдвом (25.12) і Трьома Королями (06.01), яким ще з часів античності приписують особливе значення, зокрема для визначення погоди на кожен з дванадцяти місяців року (*Ist Dreikönig hell und klar, gibt's viel Wein in diesem Jahr*) [5, с. 9].

Іншими дуже важливими “пророчими” днями вважали Стрітіння (Maria Lichtmess, 02.02), “крижані святі” (*die Eisheiligen*, 11–15.05), Різдво Св. Іоанна Хрестителя (Johannistag, 24.06), Сім отроків Ефеських (*Siebenschläfer*, 27.06), Сім братів Римських (*Siebenbrüder*, 10.07), Вознесіння Діви Марії (Maria Himmelfahrt, 15.08) та Св. Катерини (Katharinentag, 25.11) [8, с. 9]. Саме ці дати супроводжуються численними народними прикметами (*Scheint zu Lichtmeß die Sonne heiß, gibt's noch sehr viel Schnee und Eis. Servaz und die kalte Sophie müssen vorüber sein, will der Bauer vor Nachtfrost sicher sein. Ist Siebenschläfer ein Regentag, regnet's sieben Wochen noch danach*). До “пророчих” традиційно відносилися і такі важливі “поворотні” дні в році, як дні літнього і зимового сонцестояння, дні весняного й осіннього рівнодення.

У народних прикметах простежуються впливи астрології, яка почала поширюватися на території Німеччини в XI–XII ст. Знання про розташування небесних тіл теж знаходили своє застосування в передбаченні погоди: *Hundstage hell und klar zeigen an ein gutes Jahr* (тут йдеться про проміжок часу з 23 липня по 23 серпня, відколи на ранковому небі вперше стає помітним Сіріус – найяскравіша зірка сузір'я Великого Пса); *Wenn die Sonne tritt ins Zeichen des Löwen ein, gibt's junge Hühnlein mit Tauben, und Melonen mit Wein*. Сучасні астрологічні дані свідчать про те, що Сонце перебуває у сузір'ї Лева з 10 серпня по 15 вересня, і в цей час уже можливо отримати урожай.

Народні прикмети зафіксували в собі безцінну для нащадків інформацію про спосіб життя та господарювання їхніх предків (*Am Gregori muß der Bauer mit der Saat ins Feld; St. Urban säe*

Flachs und Hanf; Ab Laurentius man pflügen muss; Nach dem Tag St. Gall bleibt die Kuh im Stall), знаряддя праці, якими вони користувалися (*Wenn im Juli die Bremsen stechen, dann lauf mit dem Rechen; Michel, im Juni greift zur Sichel*), продукти харчування, які вони споживали (*März trocken, viel Roggen; Joseph klar gibt's ein gutes Honigjahr; Juliwolken – fette Molken*), свійських і диких тварини, з якими доводилося мати справу (*Im Februar hat es der Bauer lieber, der Wolf schaut zum Fenster herein als die Sonne; Am Matthiastage laß deine Bienen heraus*) та ін.

Народні прикмети передавалися з покоління в покоління, як правило, в усному вигляді, а коротка римована форма більшості з них сприяла кращому запам'ятовуванню та відтворенню. У деяких прикметах для співзвуччя закінчень спостерігаємо незвичний порядок слів: *Morgenrot am ersten Tag, Unwetter bringt und große Plag; Wenn's um Neujahr Regen gibt, oft um Ostern Schnee noch stiebt*. В окремих випадках народні прикмети характеризуються варіативністю, що може свідчити про високий ступінь їхньої достовірності: *Gibt's an Lichtmeß Sonnenschein, wird's ein spätes Frühjahr sein. Lichtmeß Sonnenschein, wird's noch sechs Wochen Winter sein. Ist's am Lichtmeß hell und rein, wird's ein langer Winter sein*.

У народних прикметах часто вживаються давні назви місяців року: січень – *Jänner, Hartung, Schneemonat, Hartmond*, лютий – *Hornung, Schmelzmond*, березень – *Lenzmond, Lenzing*, квітень – *Keimmond, Ostermond, Knospenmonat*, травень – *Wonnemonat, Weidenmond*, червень – *Brachmond, Rosenmond*, липень – *Heumonat, Heuert, Wärmemonat*, серпень – *Erntemonat, Sichelmond, Ährenmond*, вересень – *Holzmond, Obstmond, Windmond*, жовтень – *Weinmond, Gilbhard, Reifmond*, листопад – *Nebelmond, Nebelung*, грудень – *Wintermond, Christmond, Wolfsmond* (*Je frostiger der Jänner, je freudiger das ganze Jahr; Friert es nicht im Hornung ein, wird's ein schlechtes Kornjahr sein; Wonnemonat kühl und Brachmond nass, füllen beide Scheun und Fass; Fault im Heumonat eine Bürde Heu, so wächst eine Fahrt Trauben zu; Wie der Herbstmond, so der März; Ist der Weinmond warm und fein, kommt ein scharfer Winter hinterdrein; Wenn der Christmond bricht, so ist der Winter ein Wicht*), де *-mond* використано у значенні “місяць (року)”. Таке розмаїття зумовлене побутованим у різних місцевостях та відповідно в різних діалектах своїх власних назв місяців. У XIX ст. подібних найменувань у німецькій мові було зафіксовано близько двохсот. У цих застарілих назвах відображені основні характерні риси місяців, типові явища для певного періоду в році, пов'язані з господарськими роботами, збором урожаю, явищами погоди та ін. В окремих випадках назва місяця уточнюється атрибутивним означенням: *Der liebe März nimmt den Pflug am Sterz; Ein grüner März erfreut kein Bauernherz; Nasser April gibt blumigen Mai*.

Аналіз фактичного матеріалу засвідчує, що в кількісному відношенні переважають народні прикмети, пов'язані з січнем (108 прикмет), лютим (124 прикмети), березнем (135 прикмет), травнем (110 прикмет), тоді як найменша кількість припадає на вересень (83 прикмети), жовтень (78 прикмет), листопад (80 прикмет), грудень (85 прикмет). Очевидно, наприкінці зими та весною селяни значно частіше й уважніше придивлялися до погоди та навколишньої природи, намагаючись дізнатися, наскільки урожайним буде рік, адже саме від цього залежав добробут селянських родин.

Звернімо увагу, що в народних прикметах переважно фігурують ті ж самі числа, зокрема 4, 7, 12, 40 (*Regnet's am Fronleichnamstag, regnet's noch vier Wochen nach; Regnet's am Pfingstsonntag, so regnet's sieben Sonntag; März muss zwölf gute Tage haben; Wie Wetter zu Johanni war, so bleibt's wohl vierzig Tage gar*). Використанню цих “магічних” чисел можна навести чимало пояснень: існує чотири сторони світу, чотири пори року, чотири напрямки вітру, чотири фази Місяця, божественним вважається число сім, адже саме на сьомий день відбулося створення світу, сім прохань містить молитва “Отче наш”, рік складається з дванадцяти місяців, стільки ж є знаків зодіаку, з біблійними подіями пов'язане число сорок, на сороковий день відбулося Вознесіння Господнє та ін.

Народні прикмети містять чимало оригінальних емоційно-оцінних порівнянь та метафор: *Der Februar soll anfangen wie ein Bär und ausgehen wie ein Schmer. Der März soll kommen wie ein*

Wolf und gehen wie ein Lamm. Am neuen Jahrestag wächst der Tag, soweit der Haushahn schreien mag. Nach Dreikönigstag wächst jeder Tag um einen Hahnenschritt. Особливо яскравими є приклади персоніфікації: *Wenn Flammen aus Moorboden und Sumpfwasser schlagen, wird Frau Sonne sich weiter ans Himmelszelt wagen. Oktober, der fröhliche Wandersmann, er pinselt Wald, Weide und Hecken an.* Іноді жартівливі і дотепні, іноді серйозні й повчальні, ці нескладні “селянські правила” містять у собі не тільки життєвий досвід, а й відбиток стану душі свого творця.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Народні прикмети не містять наукових пояснень природних явищ та пов'язаних з ними закономірностей. Вони містять багаторічні спостереження попередніх поколінь за навколишнім світом і часто виражають їхні мрії та сподівання на погожі дні та щедрий урожай. Глобальна зміна клімату, якої зазнає людство в останні десятиліття, призводить до втрати метеорологічної цінності старих народних прикмет, проте безцінними залишаються ті культурно-історичні знання, котрі зафіксовані в них. Відтак заслуговують уваги та дослідження інші зразки паремійного фонду німецької мови.

Джерела та література

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: проблеми та напрями / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
2. Das große Buch der Bauernweisheiten: 3333 Sprichwörter, Redensarten und Wetterregeln / hrsg. : R. Eisbrenner. – Würzburg : Stürtz, 1997. – 239 S.
3. Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Band IX / hrsg. : E. Hoffmann-Krayer. – Berlin : de Gruyter, 1938–1941. – 1138 S.
4. Kostenzer H. Alte Bauernweisheit / H. Kostenzer, O. Kostenzer. – Rosenheim : Förg, 1975. – 144 S.
5. Kumpfmüller J. Die besten Wetter- und Bauernregeln [Alte Volksweisheiten & moderne Meteorologie] / J. Kumpfmüller, D. Steinbacher. – München : Heyne, 2006. – 208 S.
6. Malberg H. Bauernregeln [aus meteorologischer Sicht] / H. Malberg. – Berlin ; Heidelberg : Springer, 2003. – 164 S.
7. Michels B. Altes Wetterwissen wieder entdeckt: Bauernregeln, Wolken & Wind, Tiere & Pflanzen / B. Michels. – München : blv, 2014. – 233 S.
8. Müller J. Die 444 besten Bauernregeln [Im Einklang mit der Natur durchs Jahr] / J. Müller. – München : blv, 2016. – 175 S.
9. Waas A. Der Mensch im deutschen Mittelalter / A. Waas. – Wiesbaden : VMA, 1996. – 233 S.

References

1. Eisbrenner, Rudolph, Hrsg. 1997. *Das große Buch der Bauernweisheiten: 3333 Sprichwörter, Redensarten und Wetterregeln.* Würzburg: Stürtz.
1. Hoffmann-Krayer, Eduard, Hrsg. 1938–1941. *Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Band IX.* Berlin: de Gruyter.
1. Kostenzer, Helene, and Otto Kostenzer. 1975. *Alte Bauernweisheit.* Rosenheim: Förg.
1. Kumpfmüller, Judith, and Dorothea Steinbacher. 2006. *Die besten Wetter- und Bauernregeln [Alte Volksweisheiten & moderne Meteorologie].* München: Heyne.
1. Malberg, Horst. 2003. *Bauernregeln [aus meteorologischer Sicht].* Berlin-Heidelberg: Springer.
1. Michels, Bernhard. 2014. *Altes Wetterwissen wieder entdeckt: Bauernregeln, Wolken & Wind, Tiere & Pflanzen.* München: blv.
1. Müller, Jurik. 2016. *Die 444 besten Bauernregeln [Im Einklang mit der Natur durchs Jahr].* München: blv.
1. Selivanova, Olena. 2008. *Suchasna lingvistyka: napriamy ta problemy.* Poltava: Dovkillia-K.
1. Waas, Adolf. 1996. *Der Mensch im deutschen Mittelalter.* Wiesbaden: VMA.

Кинах Лилиана. Лингвокультурные особенности народных примет в немецком языке. Статья посвящена изучению лингвокультурных особенностей народных примет в немецком языке, связанных с явлениями погоды. Народные приметы отображают многовековой жизненный опыт крестьян, начиная со времён Средневековья, информируют нас, потомков, об особенностях их хозяйственной деятельности (распорядке дня, условиях быта, орудиях труда, продуктах питания, предметах одежды и т. д.), о наблюдениях за погодой и природой на протяжении всего календарного года и закономерностях, исходящих из этого (когда следует начинать посевную, выпасать скот, собирать урожай на поле и в саду, идти на охоту и т. д.). Рассмотрен широкий спектр многолетних наблюдений крестьян за метеоявлениями (ветром, грозой, молнией, дождём, росой, снегом, тучами, радугой и т. д.), представителями мира животных и растений. Освещены некоторые исторические факты, связанные с существованием народных примет в немецком языке, прослежены соотношения народных примет с определёнными днями в церковном календаре и астрологические влияния на предсказание погоды. Отдельное внимание уделено так называемым “предсказательным” дням в календаре (Lostage), в которые крестьяне макси-

мально внімательно наблидали за погодыными явлениями, деляя долго- или краткосрочные прогнозы и надеясь на покровительство святых. Определен ряд лексико-семантических и стилистических особенностей народных примет в немецком языке. В устаревших названиях месяцев года, которые довольно часто встречаются в народных приметах, отображаются особенно яркие погодные характеристики этих месяцев, наблюдается производность этих слов от наименований хозяйственных работ, производимых в это время, а также от названий представителей флоры и фауны. Указано, что количественно превосходят народные приметы, связанные с весенними месяцами, когда традиционно начинаются работы в поле и по намёкам природы крестьяне пытались предугадать, каким будет урожай. В статье проанализированы особенности структуры предложений, использование в народных приметах “магических” чисел (в частности 4, 7, 12, 40), эмоционально-оценочных сравнений, метафор и явлений персонификации. Всё это подчёркивает важность культурно-исторического значения этих ярких примеров усного народного творчества немецкого народа.

Ключевые слова: календарь, культура, метеорологические наблюдения, народные приметы, предсказательные дни.

Kinakh Liliana. Linguocultural Peculiarities of Weather Superstitions in German. This article focuses on the study of the linguocultural peculiarities of German weather-related superstitions. They reflect the life experience of farmers from the Middle Ages onward, and inform their descendants about the specifics of their farming activities, such as their daily routine, their living conditions, their production tools, their food and clothing, as well as about their observations of weather and nature throughout the calendar year and the objective regular patterns which are linked with that, such as when farmers should start sowing their crops, put their cattle out to graze, begin their harvesting operations in their fields and gardens, and go out hunting. A wide range of long-term weather observations is considered, including those related to wind, thunder, lightning, rain, dew, snow, clouds, and rainbows, as well as observations relating to examples in the world of animals and plants. Some historical facts related to the weather German superstitions in German are elucidated, and correlations of weather superstitions with certain days in the church calendar are traced, as well as astrological influences on weather forecasting. Particular attention is devoted to the so-called “predictive” days in the calendar (Lostage), during which farmers watched weather phenomena with particular care, making long-term or short-term forecasts and hoping for the patronage of the saints. A number of lexical, semantic and stylistic features of German weather superstitions are defined. In the obsolete names of the months of the year, which are often found in the weather superstitions, especially prominent weather characteristics of these months are manifested, and the derivation of these words from the names of farming activities carried out at this time, as well as the names of specific types of flora and fauna, are observed. The article demonstrates the quantitative superiority of weather superstitions associated with the spring months, when fieldwork customarily begins, and the way in which farmers used hints from nature to try to predict how good the harvest would be. The article analyzes some peculiarities of the sentence structure of weather superstitions, the use of “magic” numbers 4, 7, 12, and 40 in weather superstitions, original emotional-evaluative comparisons, metaphors and personification phenomena. These points all point to the importance and the cultural and historical significance of these distinctive examples of the folk creativity of the German people.

Key words: calendar, culture, meteorological observations, weather superstitions, “predictive” days.

УДК 811.112

Олена Ковальчук

СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ У ВЛАСНИХ НАЗВАХ

Дослідження епонімів із позиції контрастивної лінгвістики є багатообіцяючим напрямом дослідження, адже досі наукові дослідження в цій сфері мали спорадичний та вибірковий характер. Відтак, існує необхідність розробити загальну науково-методологічну базу для студіювання цієї частини лексичного складу. У статті розглянуто семантичні зміни при утворенні епонімів в англійській та українській мовах. Матеріалом для аналізу стали 250 епонімів кожної мови, вибраних із етимологічних словників. Вивчення семантичних змін проведено на основі виділення п'яти типів семантичних змін (розширення значення, звуження значення, перенос найменування, тобто метафоричний чи метонімічний зсув, деградація значення та елевація значення). Встановлено, що в обидвох мовах більшість семантичних змін відбуваються за типом метонімічного зсуву. Розроблено типологію семантичних зсувів в утворенні епонімів та виведено чотирнадцять типів семантичних зсувів. Типологія наразі є базовою і розширюватиметься впродовж дослідження зі збільшенням кількості досліджуваних епонімів. Встановлено, що значення нових епонімів тісно пов'язані зі змістом, що їх надають вихідні слова. Результати дослідження свідчать, що найчастішою основою для утворення нового епоніма є ім'я людини, а також назва міста чи географічної місцевості. Проаналізовано та наведено приклади кожного типу в обидвох мовах.

Виявлено, що подібність між відповідними типами в англійській та українській мовах є досить високою. Відмінності пояснюються культурними, історичними й іншими екстралінгвальними чинниками. Запропоновано напрями подальшого дослідження епонімів, зокрема поглиблена розробка типології семантичних змін при утворенні епонімів, а також детальне дослідження впливу екстралінгвальних чинників на утворення епонімів в обидвох мовах.

Ключові слова: семантичний зсув, метонімічний зсув, епонім, екстралінгвальні чинники, інтралінгвальні процеси.

Постановка наукової проблеми та її значення. Значення слова – одна з фундаментальних одиниць мови. Його зміст може відобразити людське поняття про явища навколишнього світу. Відтак, вивчення значення слова можна розглядати, як дослідження форми їхнього існування. Тому аналіз значення слів не втрачає актуальності в контексті будь-якого підходу до вивчення мови, а розвиток нових течій та напрямів лінгвістики дозволяє розширити коло доступних методик та парадигм для його аналізу. Новизна роботи зумовлена відсутністю фундаментальних досліджень у сфері контрастивних досліджень епонімів. Актуальність роботи полягає в необхідності проведення типологізації та всебічного вивчення утворення, розвитку значення та функціонування цих лексичних одиниць.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Слово змінює значення в процесі історичного розвитку мови, а причини семантичної зміни можуть бути підрозділені на дві великі групи: екстралінгвальні та лінгвальні. Під екстралінгвальними ми маємо на увазі різні зміни в житті мовного співтовариства, в економічній і соціальній структурі, зміни в ідеях і наукових поняттях, способі життя і т. д., що відбиті в значеннях слова. Традиційно виділяють такі типи семантичних змін [2, с. 118]: 1) розширення значення (генералізація), 2) звуження значення (спеціалізація), 3) перенос найменування: метафора й метонімія, 4) деградація (погіршення), 5) елевація (поліпшення) значення.

Епоніми з'являються внаслідок семантичної зміни в значенні початкової назви. Семантичні зміни (семантичні зсуви, семантичні дрейфи) передбачають еволюцію слова, і буває, що його сучасне значення може радикально відрізнятись від початкового. В контексті діахронічної (історичної) лінгвістики семантична зміна передбачає зміну в одному зі значень слова [5, с. 56]. Кожне слово має різноманіття значень та конотацій, які можуть додаватись, зникати чи змінюватись протягом певного періоду часу настільки, що навіть однокореневі слова можуть означати зовсім різне. Семантична зміна епонімів полягає в тому, що змінюється зміст вихідної форми на основі певного зв'язку між носієм власної назви та новим об'єктом.

Метою дослідження є аналіз семантичних змін у значенні власних назв та виведення типології семантичних зсувів при утворенні епонімів. В цій роботі проаналізовано 250 епонімів в українській та англійській мовах.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Проведений аналіз дозволяє виділити такі види семантичних зсувів:

– Назва міста → порода тварини, яку там вивели: *canary*, *астраханка*, *битюг*, *нюфаундленд*, *сенбернар*, *tarantula* – *тарантул*.

Така семантична зміна типова для обох мов. Деякі з цих епонімів є спільними для української та англійської мов, деякі притаманні лише одній з них, бо топоніми занадто малі, щоб бути відомими за межами своєї країни, або ж вид тварин непоширений в країні, щоб мова запозичувала такий епонім.

– Назва міста/країни → тканина, яку привезли звідти: *cashmere* – *кашмир*, *pankeen*, *magosain*, *китайка*, *сарпінка*, *шотландка*.

Практично всі назви тканин мають епонімічне походження в обох мовах (*муслін* – *muslin* (назва іракського міста Мосул (Mosul), *газ* – *gauze* (місто Газа (Gaza) в Палестині). Більшість має епонімічні відповідники в обох мовах. Це пояснює те, що ці тканини були привезені з одної місцевості, що і було відображено в мові.

Інколи іменники утворюються за однаковим принципом, але для цього в двох мовах використовують різні власні назви. Наприклад, дві пари епонімів, в яких одна назва походить

від назви країни, а інша – від міста в цій країні (*Kumay* та *Nanjing* (місто в Китаї); *Safi* (місто в Марокко) та *Марокко*). Очевидно, причиною такої відмінності є те, що одна держава мала більш детальну інформацію щодо походження тканини.

– Назва міста → одяг, що там одягали чи одягають: *jodhpurs*, *stambouline*, *решетилка*, *тирольська*, *харківська*, *херсонська*.

– Назва міста → речі, які там виробляються: *bacharach*, *mackinaw*, *madeira*, *malaga*, *malmsey*, *sherry*, *елегант*, *карабеля*, *пломбір*, *пармезан*, *токайка*.

Топоніми є багатим джерелом епонімів, які позначають тканини, одяг та речі. Семантичний зсув базується на тому, що речі, привезені з тих країв, були настільки особливими, що це відобразилось у їхніх назвах. Коли семантичні зсуви не пов'язані з початковим значенням назви, тоді топоніми мають лише часткове відношення до епонімів. Одним із таких прикладів є епоніми *bikini* – *бікіні* [7, с. 20]. Назва пов'язана з випробуванням ядерної бомби, яке Америка провела в червні 1946 року на о. Бікіні, що входить до складу Маршаллових островів. Існують різні думки щодо походження назви цього типу купальника; найімовірніший варіант полягає в проведенні аналогії між силою вибуху та враженням, яке такий купальник справляє на чоловіків.

Іноколи один топонім може слугувати основою для декількох епонімів. Топонім *Сибір* (*Siberia*) був досить продуктивним в українській мові. Він став джерелом для таких епонімів, як: *сібiр* (каторга, важке життя), *сибірка* (тюрма), *сибір'як*, *сибір'яка* (лиходій, грабіжник, підступна людина), *сибірний* (жорстокий, жахіття морозів). Усі ці епоніми містять основну ідею, що Сибір – це місце важкого життя, обмеження свободи та жорстоких, злих людей. Поясненням цьому є той факт, що в часи Російської імперії та СРСР до Сибіру відправлялись засуджені для відбування свого покарання, і багато людей опинилось там через політичні причини. Такі події та особливе ставлення до Сибіру відобразились у мові. Ці епоніми мають культурне маркування і не мають відповідників в англійській мові, тому що концепт Сибіру як місця важкої праці та жорстоких умов життя незрозумілий для англомоного світу [1].

– Назва компаній → їх продукція: *xerox*, *frisbee*, *martini*, *габіт*, *джакузі*, *патефон*, *фломасстер*, *чінзано*.

Такі епоніми існують у мовах, у країнах яких на ринку представлені згадані компанії. Причина появи цих епонімів полягає в тому, що продукція, яку вони презентували, була першою в своєму роді, і перед тим, як з'явилися інші аналоги, назва компанії стала й назвою для самого пристрою (*xerox* (ксерокс) – копіювальна машина). Часто такі епоніми утворюють і дієслівну форму (*to xerox* (*ксерити*), *to google*). Від назви компаній походять 12 епонімів. Деякі з них досить нові, наприклад дієслово *to google* використовується лише з 2000 року, замінивши епонімічну фразу *to do a google on*.

– Ім'я винахідника → винахід: *burberrys*, *colt*, *doily*, *frangipani*, *jacquard*, *wedgewood*, *marten*, *калашников*, *пульман*, *рентген*, *шмайсер*.

Такий зсув досить поширений у семантичному полі зброї (*derringer*, *mauser*), але й епоніми з інших полів також утворювались таким способом. Загалом нараховано 43 таких епоніми. У більшості вони є спільними для обох мов, бо винаходи поширювались світом і ставали загальновідомими під своєю початковою епонімічною назвою.

– Ім'я літературного героя → особа з якостями цього героя: *amaryllis*, *toby*, *malapropism*, *lilliputian*, *to diddle*, *paparazzo* – *папараці*, *баналюки*, *вампука*, *таргантюа*, *ловелас*, *селадон*, *юда*. Таких прикладів – 19. Особливість цих епонімів полягає в тому, що вони мають конкретні культурні конотації і зазвичай представлені лише в одній мові. Хоча герої можуть бути відомі в обох культурах, семантична зміна відбулася лише в одній мові, а в іншій слово й надалі залишилось власною назвою (*ловелас*).

Єдиним винятком є епонім *папараці* – *paparazzo*. Він походить від імені героя фільму Фелліні “*La dolce vita*” (“Солодке життя”).

Досить рідкісним явищем є відповідність значень двох різних епонімів, які походять від імен різних літературних героїв. Наприклад, *scrooge* та *garpaton* означають скупку людину. Герої літературних робіт настільки яскраві і промовисті у своїй поведінці для цільової культури, що вони перетворились на епоніми. Більшість таких епонімів відображають конкретні якості людини.

Нечасто імена літературних героїв дають назву частинам одягу: *dolly varden* – тип сукні, назва якого походить від героя роману Ч. Діккенса “Барнабі Радж”. У 1870-х роках костюм Доллі Варден став повторенням модних тенденцій 1770-х та 1780-х років. Свою назву він отримав через ім’я героїні, яка носила його в романі. До цього типу епонімів належить англійське *pants*, яке походить від давньоіталійського *Pantalone* (Панталоне), персонаж комедій дель арте. Така семантична зміна пов’язана з тим, що цей герой завжди носив довгі штани. *Tam-o'-shanter* (шертяний берет) походить від назви поеми Роберта Бернса.

– Назва матеріалу → речі, зроблені з цього матеріалу: *baldachin*, *jeans*, *балдахін*, *шальон*.

Тут простежується подальша семантична зміна топонімічних епонімів. Це явище непоширене в мовах, що порівнюються. Річ отримує назву на основі матеріалу, з якого зроблено. Інколи саме матеріал є найхарактернішою ознакою предмета, і значення епоніма розширюється. Часто такі семантичні зсуви спричиняють морфологічні зміни, що допомагає передати значення нового слова.

– Ім’я людини → одяг, який носила вона чи її солдат: *havelock*, *garibaldi*, *spencer*, *raglan*, *french*, *болівар*.

На основі цього дослідження стало зрозуміло, що багато частин одягу отримали свою назву на честь військових командирів. Звичайно, вони їх самостійно не придумали. Натомість вони або їхні солдати постійно їх носили, що стало їх характерною особливістю. З часом ця частина одягу стала близько асоціюватись з іменем лідера. Фактично, більшість англійських епонімічних назв одягу належить до цієї групи (*raglan*, *cardigan*, *spencer*).

– Ім’я людини, для якої було зроблено певну річ → назва предмету: *orrery*, *potpourri*, *зельман*.

Інколи семантичний зсув у значенні ґрунтується не на тому, що особа була автором винаходу, а на тому, що вона мала певну дотичність до цього предмета. Справжнім винахідником був Джордж Грехем, а конструктором – Дж. Роулі. Але назвали його на честь їх патрона Чарльза Бойла, 4-го графа Оррері. Такий тип семантичної зміни може полягати в тому, що винахідник був не таким відомим, як та людина, для якої цей пристрій розробляли, і для широкого загалу предмет став відомий лише в поєднанні з іменем знаменитого власника.

Прикладом такого зсуву в українській мові є *зельман* (гаївка) – весняна обрядова пісня. Її назва походить від слова Зельман, прізвища власника ключів від церков, які не підтримували процес унії; вперше селяни використали цю пісню, щоб попросити його відкрити церкву на Пасху. Пізніше попереднє значення пісні зникло, але назва залишилась. У цьому випадку очевидно, що відбулась повна семантична зміна з поступовим стиранням початкового значення. Існують і альтернативні варіанти: *жельман*, *жалман*.

– Імена людей → назви тварин.

Ще одним цікавим використанням епонімів є епонімічні назви тварин. У цьому разі відбувається семантичний зсув від імені людини до назви тварини. Таке вживання власних назв походить ще з давнього фольклору. Можна перерахувати безліч українських та англійських варіантів: *mallard* – дика качка; походить від давньоверхньонімецького імені *Мадалгарт* (*Madalhart*); *nelly* – гігантський буревісник; походить від імені *Неллі* (*Nelly*), пестлива форма від імен Хелен (*Helen*) або Елеонор (*Eleanor*); *parrot* (з англ. *папуга*) – середньоанглійське слово, пестлива форма від французького ім’я П’єр (*Pierre*); *petrel* (з англ. *буревісник*) – морський птах, який часто відлітає на велику відстань від суші; походить від св. Петра, що є алюзією на біблійну історію про те, як він ходив по Генісаретському озері; *robin* (з англ. *дрізд*) – маленький коричневий птах з Європи; походить від імені Робін (*Robin*), скорочено від Роберт;

іванчик – плиска; походить від українського імені Іван; *купала* – світлячок; походить від імені *Іван Купало*. Цей епонім утворився через семантичну зміну слова *купало* (празник Івана Купала). Очевидно, причина полягає в тому, що світлячки з'являються якраз на свято Купала. Назви комахи в інших мовах також пов'язані зі святом 24 червня. Цей епонім вказує на те, що часто тваринам та рослинам давали назви відповідно до періоду їх активності та великого свята, що припадає на цей час. *Петрик* – равлик, походить від імені *Петро*. Існують і такі варіанти: *павлик* (Павло) та *лаврик* (Лавро). *Павлик* можна використовувати як дитячу риму: *равлик-павлик*; *лаврик* став результатом заміни приголосних *л* та *р*. Всі ці епоніми мають зменшувальний суфікс *-ик*, що підкреслює невеликі розміри тварини. *Петро* – деркач, походить від ім'я *Петро*; причина такого походження невідома.

Як бачимо, більшість назв тварин і в англійській, і в українській мовах походять від зменшувально-пестливих форм імен. В англійській мові такі імена часто запозичувались з інших мов уже у своїх пестливих та зменшувальних формах (*parrot*), інші ж були утворені вже після запозичення, як слово *petrel*. Суфікс *-rel* використовується для формування іменників з пестливим або зменшувальним значенням. Часто його можна побачити/почути в назвах птахів. Українські епоніми також часто містять суфікс *-ик*, який слугує для позначення невеликих розмірів тварини. Таке ж значення має англійський суфікс *-rel*. Загалом, такий семантичний зсув не пов'язаний з дотичністю до реальної особи.

– Імена людей з вираженими певними якостями → люди, яких характеризують цими якостями: *arache* (*бандит*), *hooligan* (*хуліган*), *ipod*.

Arache – це жорстокий вуличний хуліган у Парижі. Така семантична зміна пов'язана з насильницькими настроями та жорстокістю індіанських племен. Припускають, що така схожість у поведінці стала основою для семантичного зсуву. Так само, як літературні герої, ці люди можуть бути відомі в обох культурах, але це не означає, що вони перетворюються на епоніми в цих двох мовах (*ipod* – тиран). Цей приклад показує, що певні герої та особи були яскравішими та важливішими в одній культурі, ніж в іншій. Ще одним доказом є українські епоніми на основі імен біблійських царів: *арідник*, *героди*, *ірод*. Вони також вказують на те, як одна власна назва може проходити крізь різні семантичні зміни. Значення слів *арідник* та *ірод* пов'язані із жорстокістю цих царів. Слово *героди* утворилось на основі іншого семантичного зсуву. Так називались три царі в українських різдвяних містеріях у ХХ столітті. Можливо, причиною такого зсуву було те, що *Ірод* був найвідомішим царем, і його ім'я стало використовуватись щодо всіх царів у містеріях.

– Назви свят → ботанічні назви

Інша група епонімів представлена в обох мовах. Вона складається з народних назв рослин. Характерною особливістю цієї групи є те, що рослини названі відповідно до періоду їх цвітіння або дозрівання їх плодів: *димитриця* – хризантема; на момент свята св. Димитрія вона цвіте, тому і отримала таку назву. Епонім запозичили з болгарської мови через румунську; *михавівки* – вид груші, плоди якої дозрівають приблизно на празник св. Михаїла; *filbert* – окультурена форма ліщини, яка плодоносить овальними горіхами; вони дозрівають приблизно до дня святого Філіберта.

Імена святих проходять крізь семантичні зміни, перетворюючись у найменування рослин. Причина цих змін полягає в тому, що празники цих святих та період дозрівання плодів збігаються між собою. Очевидно, що вони є в обох мовах. Це вказує на те, що церковний календар був досить важливим для українського та англійського народу.

– Імена людей → різні предмети та дії (*jack*, *филька*, *jilt*).

Деякі семантичні зсуви незавжди мотивовані іменами реальних людей. Наприклад, слово *jack* використовувалось у середньоанглійській мові для позначення “звичайної простої людини”, але згодом його значення розширилось. Цей епонім особливий, адже має відповідника в українській мові, утвореного на основі того ж типу семантичного зсуву.

Український епонім запозичений з російської мови; слово “*филька*” походить від *Филя* (*Филлип*), яке вживається у значенні “простак”. Ще однією формою цього епоніма є слово “*хвалька*”. В обох випадках присутня семантична зміна власних назв для характеристики людини загалом, яка згодом продовжується і перетворюється в назву валета в картах.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Аналіз вибірки епонімів в англійській та українській мовах дозволяє виділити такі види семантичних зсувів: назва міста → порода тварини, яку там вивели; назва міста/країни → тканина, яку привезли звідти; назва міста → одяг, що там одягали чи одягають; назва міста → речі, які там виробляються; назва компаній → їх продукція; ім'я винахідника → винахід; ім'я літературного героя → особа з якостями цього героя; назва матеріалу → речі, зроблені з цього матеріалу; ім'я людини → одяг, який носила вона чи її солдат; ім'я людини, для якої було зроблено певну річ → назва предмету; імена людей → назви тварин; імена людей з вираженими певними якостями → люди, яких характеризують цими якостями; назви свят → ботанічні назви; імена людей → різні предмети та дії.

Як бачимо, найчастіше основою для утворення епоніма є ім'я людини. Крім того, часто епоніми утворюються від назви міста чи місцевості. Подібності й відмінності в утворенні епоніма відображають відмінності в історичних та культурних характеристиках націй-носіїв мови. Отже, розвиток значення епонімів, як правило, є результатом метонімічного семантичного зсуву. Частота таких зсувів у межах словотвору в обидвох мовах ще раз підтверджує велику роль екстралінгвальних чинників у суто інтралінгвальних процесах. Відмінності між такими процесами в зіставних мовах є багатообіцяючим джерелом для дослідження. Отже, логічним продовженням цього дослідження буде детальне вивчення впливу екстралінгвальних чинників на утворення епонімів.

Джерела та література

1. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / редкол. : О. С. Мельничук (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : Наук. думка, 1983–2012.
2. Жовтобрюх М. А. Словотвір сучасної української мови / М. А. Жовтобрюх. – Київ : Наук. думка, 1979. – 407 с.
3. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навч. посіб. / І. В. Корунець. – Вінниця : Нова кн., 2003. – 464 с.
4. Кузнецов А. М. Структурно-семантические параметры в лексике: на материале английского языка / А. М. Кузнецов. – М. : Наука, 1980. – 160 с.
5. Мілаш К. І. Функціонально-змістова структура епонімів та епонімічних конструкцій (на матеріалі англійської, української та російської мов) / К. І. Мілаш. – Суми : СумДУ, 2013. – Ч. 1. – С. 55–57.
6. Новинская Н. В. Классификация эпонимических названий по семантическому признаку. Семантические поля / Н. В. Новинская // Вестник АГТУ. – 2005. – № 5 (28). – С. 147–153.
7. Weekley E. An Etymological Dictionary of Modern English / E. Weekley. – London : Cambridge University press. – 1921. – 1660 p.
8. Bragina N. Lubensky S. Eponyms as Cultural Key Words and Their Lexicographic Description in English and Russian / N. Bragina, S. Lubensky // Bilingual Lexicography. – 2009. – P. 419–427.

References

1. *Etymologichnyi slovnyk ukrayinskoyi movy: u 7 t.* 1983–2012. Ed. by Melnychuk Olexandr. Kyiv. Naukova dumka.
2. Zhovtobryukh, Mykhailo et al. 1979. *Slovotvir suchasnoyi ukrayinskoyi movy*. Kyiv. Naukova dumka. – 407 p.
3. Korunets, Ilko. 2003. *Porivnialna typologiya angliyskoyi ya ukrayinskoyi mov*. Vinnytsia. Nova knyga.
4. Kuznetsov, Alexandr. 1980. *Strukturno-semanticheskiye parametry v leksike: na materiale angliyskogo yazika*. Moskva. Nauka.
5. Milash, Kateryna. 2013. *Funktionalno-zmistova struktura eponimiv ta eponimichnyh konstruktsiy (na materialy angliyskoyi, ukrayinskoyi ta rosiyskoyi mov)*. Sumy. SumDU: 55–57.
6. Novinskaya, Nina. 2005. “Klassifikatsiya eponimicheskikh nazvaniy po semanticheskomu priznaku. Semanticheskiye polia”. *Vestnik AGTU*. №5 (28): 147–153.
7. *An Etymological Dictionary of Modern English*. 1921. Ed. By Weekley E. London: Cambridge University press.
8. Bragina, Nina and Lubensky, Sviatoslav. 2009. “Eponyms as Cultural Key Words and Their Lexicographic Description in English and Russian”. *Bilingual Lexicography*: 419–427.

Ковальчук Елена. Семантические изменения в собственных именах. Изучение эпонимов с позиции контрастивной лингвистики является многообещающим направлением, ведь до сих пор научные исследования в этой сфере носили избирательный и спорадический характер. Соответственно, необходимым является разработать общую научно-методологическую базу для исследования этой части лексического состава. В данной статье исследовано семантические изменения при образовании эпонимов в украинском и английском языках. Исследование проведено на базе выделения пяти типов семантических изменений (расширение значения, сужение значения, перенос наименования, то есть метафорический или метонимический сдвиг, деградация значения и элевация значения). Материалом для исследования стали 250 эпонимов из каждого языка, выбранных из этимологических словарей. Установлено, что в обоих языках большинство семантических изменений происходят по типу метонимического сдвига. Разработано типологию семантических сдвигов при образовании эпонимов и выделено четырнадцать типов семантических сдвигов. Типология на данное время является только базовой, и будет расширяться с возрастанием числа исследуемых эпонимов. Установлено, что значения новых эпонимов связаны со смыслами, надаваемыми им выходными словами. Результаты исследования показывают, что самой частой базой для возникновения нового эпонима является имя человека, а также названия города или географической местности. Проанализировано и приведено примеры каждого типа в обоих языках. Обнаружено, что схожесть между соответствующими типами в английском и украинском языках является достаточно высокой. Разбежности объясняются культурными, историческими и другими экстралингвистическими факторами. Предложено направления дальнейшего исследования эпонимов, а именно дальнейшая разработка типологии семантических изменений при возникновении эпонимов а также детальное исследование влияния экстралингвистических факторов на формирование эпонимов в обоих языках.

Ключевые слова: семантический сдвиг, метонимический сдвиг, эпоним, экстралингвистические факторы, интралингвистические процессы.

Kovalchuk Olena. Semantic Changes in Proper Names. Researching eponyms from the point of view of contrastive linguistics is a promising direction since most of research in this field has so far been random and sporadic. Therefore, the necessity exists to develop a general scientific and methodological basis for researching this part of the vocabulary. The article studies semantic changes in the formation of eponyms in the English and Ukrainian languages. The study of semantic changes is held on the basis of distinguishing five types of semantic changes (widening of meaning, narrowing of meaning, name transfer, that is metaphoric or metonymic shift, degradation of meaning or elevation of meaning). The material for analysis constituted 250 eponyms in each language selected from etymological dictionaries. It has been established that in both languages the majority of semantic changes belong to the so called metonymic shift. The typology of semantic shifts has been developed and fourteen types of semantic shifts distinguished. The typology is just basic so far, but will be widened throughout the research with the growth of the number of the researched eponyms. It has been established that the meaning of new eponyms are closely connected with the sense given to them by the original words. The results of the research prove that the most frequent basis for the creation of a new eponym is the name of a person, the second one being the name of a city or a geographical area. Each type has been analyzed and supplied with the examples from both languages. It has been found out that the similarity between the corresponding types in the English and Ukrainian languages is rather high. Divergences are explained by cultural, historical and other extralinguistic factors. Directions of further analysis have been suggested, in particular the further development of the typology of semantic changes in the formation of eponyms as well as the detailed study of the influence of extralinguistic factors on the creation of eponyms in both languages.

Key words: semantic shift, metonymic shift, eponym, extralinguistic factors, intralinguistic processes.

УДК 811.111'373.7'366.521

Еліна Коляда

СЕМАНТИКА АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ МАСКУЛІННОСТІ

У статті зроблено спробу проаналізувати семантику англійських фразеологічних одиниць на позначення маскулінності. Фразеологію трактуємо в широкому розумінні цього слова і відносимо до фразеологізмів прислів'я, приказки й відтворювані в готовому вигляді одиниці, що відповідають багатьом критеріям фразеологізмів: відтворюються в готовому вигляді, мають постійну граматичну структуру й компонентний склад, є образними. Маскулінність розуміємо як сукупність соціальних уявлень про чоловіка та притаманні йому якості, нормативний еталон ідеального чоловіка.

© Коляда Е., 2017

Фразеологізми відображають усталені гендерні стереотипи й соціальні ролі. У фразеологічному фонді англійської мови простежуємо фіксацію атрибутів справжнього чоловіка. За результатами проведеного семантичного аналізу гендерно маркованих фразеологічних одиниць, справжній чоловік має бути хоробрим, сильним, витривалим, вольовим, впевненим у собі, наполегливим, рішучим, досвідченим, який відповідає за свої слова і вчинки, не дає порожніх обіцянок. Фразеологічні одиниці характеризують чоловіка як самодостатнього, незалежного, чесного, надійного. У справжнього чоловіка є покликання, улюблена робота, кар'єра. Він розбирається в музиці та живописі. Головне призначення і велика відповідальність чоловіка – бути головою сім'ї.

Із суспільним життям людей найтісніше пов'язана лексика, тому вона найбільш рухлива і змінна. Це зумовлено тим, що безперервно змінюються суспільне буття людей і об'єктивна дійсність, які віддзеркалює мова. Семантика лексичних і фразеологічних інновацій свідчить про те, що сьогодні традиційне уявлення про чоловіка переосмислюється і набуває нового наповнення.

У середині 1990-х років з'явилося поняття “метросексуал”, що позначає молодого чоловіка, який живе в мегаполісі, і витрачає багато часу та грошей на свою зовнішність. У сучасному суспільстві витворюється новий тип чоловіка. На зміну метросексуалу приходять спорносексуал, чий зусилля спрямовані на те, щоб мати досконале тіло.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, семантика, гендер, маскуліність, справжній чоловік, метросексуал, спорносексуал.

Постановка наукової проблеми та її значення. На сучасному етапі досить актуальним є гендерний напрям досліджень. Гендер як соціокультурна категорія відображає сукупність соціальних і культурних норм, очікувань та уявлень, які асоціюються з особами чоловічої або жіночої статі в певному суспільстві. На сьогодні спостережено зростання інтересу до гендеру в лінгвістиці. Мова – один із найважливіших джерел знання про гендерну стереотипізацію та її зміну в часі, тому що гендерні стереотипи можуть бути перераховані на підставі аналізу структури мови [5, с. 27].

Аналіз досліджень цієї проблеми. Гендерна лінгвістика спрямовує свій науковий потенціал на дослідження і фемінності, і маскуліності. Під маскуліністю, яка вивчається психологією, соціологією, культурологією, розуміють сукупність соціальних уявлень про чоловіка та притаманні йому якості, нормативний еталон ідеального чоловіка [6, с. 41]. Усталені гендерні стереотипи й соціальні ролі закарбовують фразеологізми. Гендерно маркованим фразеологізмам присвячено низку праць [1; 4; 9].

Об'єктом нашого дослідження обрано англійські фразеологічні одиниці (надалі – ФО), які мають у своїй структурі і/або семантиці лексему-вказівку на особу чоловічої статі *man*. Стаття має **на меті** спробу проаналізувати семантику англійських ФО на позначення маскуліності.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У мовознавстві існує так зване вузьке і широке розуміння фразеології. До фразеології у широкому розумінні відносять ідіоми, фразеологічні сполучення і стійкі фрази (прислів'я, крилаті вирази, фрази-привітання тощо, які нерідко виходять за межі словосполучень, тобто є реченнями), що відповідають багатьом критеріям фразеологізмів: відтворюються в готовому вигляді, мають постійну граматичну структуру і компонентний склад, є образними. У вузькому – лише ідіоми та стійкі сполучення слів, функціонально співвідносні зі словом як номінативною одиницею мови [7, с. 148]. Фразеологізми завжди звертаються до суб'єкта, тобто вони виникають не стільки для того, щоб описувати світ, скільки для того, щоб його інтерпретувати, оцінювати й виражати до нього суб'єктивне ставлення [8, с. 81].

Незважаючи на всі зміни в суспільній свідомості, традиційне уявлення про те, яким повинен бути справжній чоловік, майже не змінюється. У фразеології справжні чоловіки постають хоробрими, сильними, витривалими, вольовими, впевненими в собі, наполегливими, рішучими, досвідченими, які відповідають за свої слова і вчинки, не дають порожніх обіцянок. Наприклад:

be man enough to do sth (to be brave enough to do something): *He was man enough to admit he had made a mistake* [11, с. 258];

Are you a man or a mouse? (something that you say in order to encourage someone to be brave when they are frightened to do something) [11, с. 258]: *Are you a man or a mouse? By observation I*

have noticed that the man who of his own free will and accord, becomes a member of a labor organization, pays his dues promptly and attends meetings regularly, is a man. He can always be depended on for any duty that may be required by the lodge;

a man of action (also, **a man of few words**) a person who does not talk much: *Bill is really a man of action. Since he arrived at the top of the association, he has done so many things; He is a man of few words. But when he speaks, he makes a lot of sense;*

a man of his word (a man who does what he says and keeps his promises): *You can count on me. If I say that I'm going to help you, I will do it. I'm a man of my word;*

make a man (out) of sb (to make a young man without much experience develop into a confident and experienced adult): *The army will make a man out of you* [11, с. 259];

a man of the world (someone who has a lot of experience of life, and is not usually shocked by the way people behave): *You're a man of the world, Roger. I'd appreciate your advice on a rather delicate matter;*

You can't keep a good man down (a person who is determined or wants something very much will succeed): *He failed his driving test twice, but passed on the third try – you can't keep a good man down!* [12, с. 228].

Наведений нижче фразеологізм позначає слабкого, боягузливого чоловіка, нездатного на самостійні рішення і вчинки: **a man of straw** (also, **a straw man**, a weak or cowardly person) [12, с. 228]: *When his wife needed his support, he ran away and left her facing all the problems all alone. That is why, she called him a man of straw after all.*

Отож жінка хоче відчувати себе захищеною: **A real man Provides, Protects, and always keeps a Promise**. Справжній чоловік повинен бути сильнішим від своєї обраниці й морально, і фізично: **A real man ain't a coward, he stands by what he says, admits his faults, and corrects his mistakes; A real man can't stand seeing his woman hurt. He's careful with his decisions and actions, so he never has to be responsible for her pain.**

ФО **a man's man** (a man known for traditionally masculine interests and activities) позначає справжнього чоловіка. Наприклад: *Alex is what you would call a man's man*. Справжній чоловік самодостатній, незалежний: **be your own man** (act or think independently, not following others or being ordered): *Working for himself meant that he could be his own man*. Мова, яку використовують чоловіки, для чоловіків і про чоловіків, називається **Menglish** [3, с. 222].

Жінки мріють про привабливого, мужнього, сильного, відповідального, доброго, розумного, успішного чоловіка: **a Prince Charming** (a man who seems to be a perfect boyfriend or husband because he is attractive, kind, etc.): *I'm still waiting for my Prince Charming!* [12, с. 299–300].

Справжній чоловік має бути відвертим і чесним: **A real man has nothing to hide. He will tell you the truth about whatever you want to know. Because he knows that if he's 100% honest with you, you trust him no matter what; A real man will be honest no matter how painful the truth is.** Справжній чоловік – вірний, надійний: **Real men stay faithful. They don't have time to look for other women because they're too busy looking for new ways to love their own; Only a real man is able to stick to just one woman and treat her special, always; A real man is a loving, reliable, dependable person who puts his needs behind those that he loves; Real men are honest, reliable, and do the right thing whether someone is watching or not.**

У чоловіка має бути покликання, улюблена робота, кар'єра, де він зможе реалізувати свій потенціал. Наприклад:

a man of many parts (a person who is talented in a number of different areas or ways): *George is a man of many parts – ruthless businessman, loving father, and accomplished sportsman, to name a few* [11, с. 259];

a man for all seasons (a man who is very successful in many different types of activity): *He's chairman of a large chemicals company as well as a successful painter – really a man for all seasons* [11, с. 259].

Необхідність у культурних враженнях, потяг до нового, вміння відчувати і розбиратися в музиці, живописі – теж ознака чоловічості. Наприклад:

a man of letters (a man who is an expert in the arts and literature, and often a writer too): *A distinguished statesman and man of letters, he was born just before the turn of the century* [11, с. 259].

Справжній чоловік уміє поєднувати роботу і широту інтересів: **a/the man about town** (a man who frequently goes to fashionable parties, clubs, theatres, etc.) [12, с. 227]: *He was known as a tall, handsome man about town.*

Головне призначення та велика відповідальність чоловіка – бути головою сім'ї: **He that has not got a wife is not yet a complete man; A man is only half without a wife; A man without a wife is but half a man** [2, с. 123]. Чоловік повинен любити, поважати і піклуватися про свою дружину, як про самого себе: **The real sign of a man is in the size of his woman's smile; A good husband makes a good wife; A good Jack makes a good Jill; A bad husband cannot be a good man** [2, с. 348, 350]. Важливою складовою сім'ї є діти: **Real men are fathers to their kids, husbands to their wives, sons to their mothers.** Якість виховання дітей репрезентує ФО **like father, like son; as the father, so the sons** [2, с. 33, 35].

Справжні чоловіки проявляють вихованість, освіченість, благородство і врівноваженість у міжособистісному спілкуванні: **A real man has manners, is polite, and considerate.** Бути справжнім чоловіком – це нібито спосіб життя: **Real men are made, not born.**

Фразеологія і лексика – найбільш чутливі пласти мови, в яких найшвидше може виявлятися результат соціально-економічних змін, що відбуваються в суспільстві [10, с. 268]. Сьогодні роль чоловіків і жінок у суспільстві змінюється. Жінки відстояли свою гендерну рівність і успішно виконують роботу, яка раніше була під силу лише чоловікам. Можна побачити чоловіків, котрі ведуть домашнє господарство, виховують дітей, а жінки заробляють гроші для родини. У мові з'являються лексичні та фразеологічні одиниці, які нівелюють стереотипи й подають нове бачення образів сучасного чоловіка, його ролі в суспільстві.

Так, нові моделі поведінки в родині репрезентує ФО **a new man** [11, с. 284] (a man who believes in complete equality of the sexes and shares domestic work equally): *He is comfortable with his 'new man' image, and has been known to leave the office early to go home and cook dinner for his family.* Лексична одиниця **manny** (a male nanny) позначає чоловіка, який виконує обов'язки няньки [3, с. 217], наприклад: *My husband would like us to hire a manny for our two boys.*

Увага чоловіків до своєї зовнішності й активна експлуатація свого іміджу наводять на думку, що чоловіча краса стала досить актуальною. У 1994 році британський журналіст Марк Сімпсон увів поняття “метросексуал” – **metrosexual** (a man who spends a lot of time and money on his appearance, and often his home). Наприклад: *I am a metrosexual and into male grooming – I moisturise, I exfoliate; A true metrosexual, Brad buys fresh flowers every week to brighten up the apartment; My metrosexual husband has so many shirts that he needs more wardrobe space.*

Типовий метросексуал – чоловік із розвинутим естетичним смаком, який витрачає багато часу та грошей на свою зовнішність і стиль життя [3, с. 223]. Він живе у великому місті, регулярно відвідує модні дизайнерські магазини, нічні клуби, фітнес-центри і салони краси, відмінно знається на косметичці й модному одязі. Метросексуал запозичує низку рис жіночої поведінки і способу життя. Він розвиває в собі надзвичайну чуйність, емоційність і слабкість.

Пізніше, у 2003 році Марк Сімпсон поширив серед широкого загалу протилежний термін – “ретросексуал”. Ретросексуал – чоловік з невимогливим естетичним смаком, який приділяє мінімум уваги своїй зовнішності [3, с. 281] і якому притаманна чоловіча манера одягатися: **retrosexual** (a man who adopts a traditional masculine style in dress and manners). Наприклад: *A retrosexual knows how to sharpen his own knives and kitchen utensils.*

У 2014 році Марк Сімпсон запропонував термін “спорносексуал”: **spornosexual** (a man concerned with personal appearance, but who places more emphasis on having a fit, toned, virile body than on grooming or fashion). Наприклад: *A spornosexual will spend hours at the gym toning and re-toning to ensure that his body is his best asset.* Головна мета спорносексуала – здорові,

гармонійні форми. Він любить демонструвати себе, стежить за собою, але робить це заради самовдосконалення, а не для того, щоб бути схожим на тих, хто зараз у моді.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Як показав проведений семантичний аналіз англійських ФО на позначення маскулінності, ці одиниці репрезентують справжнього чоловіка як спадкоємця традиційних цінностей і поведінки, однак семантика фразеологічних і лексичних інновацій свідчить про те, що сьогодні традиційне уявлення про чоловіка переосмислюється та набуває нового наповнення. Перспективним, на нашу думку, є дослідження лексичних засобів вираження маскулінності, зокрема неологізмів.

Джерела та література

1. Гамулець Д. Гендерний аспект у сербській фразеології / Д. Гамулець // Вісник Львівського університету. Серія "Філологічна". – 2012. – С. 219–226.
2. Дубенко О. Ю. Англо-американські прислів'я та приказки : посіб. для студ. та викл. вищих навч. закладів / О. Ю. Дубенко. – Вінниця : Нова кн., 2004. – 416 с.
3. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник / Ю. А. Зацний, А. В. Янков. – Вінниця : Нова кн., 2008. – 360 с.
4. Зыкова И. В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии / И. В. Зыкова. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 232 с.
5. Кирилина А. Гендерные стереотипы в языке / А. Кирилина // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. – М. : Информатика XXI век, 2002. – 256 с.
6. Кон И. Мужчина в меняющемся мире / И. Кон. – М. : Время, 2009. – 496 с.
7. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підруч. для студ. філол. спец. вищих закладів освіти / М. П. Кочерган. – Київ : Академія, 1999. – 288 с.
8. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 202 с.
9. Павленко Н. О. Гендерний компонент у структурі і семантиці англійських ідіом-номінацій людини за родом діяльності / Н. О. Павленко // Одеський лінгвістичний вісник : наук.-практ. журн. – Одеса : Нац. ун-т "Одеська юридична академія", 2016. – Вип. 7. – С. 82–85.
10. Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию / Е. Д. Поливанов. – М. : Наука, 1968. – 376 с.
11. Cambridge Idioms Dictionary. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 505 p.
12. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 465 p.

References

1. Hamulets, D. 2012. "Hendernyi aspekt u serbskii frazeologii". In *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia "Filolohichna"*. 219–226.
2. Dubenko, O. Yu. 2004. *Anhlo-amerykanski pryslivia ta prykazky*. Vinnytsia: Nova knyha.
3. Zatsnyi, Yu. A. and Yankov, A. V. 2008. *Innovatsii u slovnykovomu skladi anhliiskoi movy pochatku XXI stolittia: anhlo-ukrainskyi slovnyk*. Vinnytsia: Nova knyha.
4. Zyкова, I. V. 2003. *Sposoby konstruirovaniia gendera v anhliiskoi frazeologii*. Moskva: Editorial URSS.
5. Kirilina, A. 2002. "Gendernye stereotipy v yazyke". In *Slovar gendernykh terminov*, edited by A. A. Denysovoi. Moskva: Informatsiia XXI vek.
6. Kon, I. 2009. *Muzhchina v meniaiushchemsia mire*. Moskva: Vremia.
7. Kocherhan, M. P. 1999. *Zahalne movoznavstvo*. – Kyiv: Vyd. tsentr "Akademiia".
8. Maslova, V. A. 2001. *Lingvokulturologiia*. Moskva : Akademiia.
9. Pavlenko, N. O. 2016. "Hendernyi komponent u strukturi i semantysi anhliiskykh idiom-nominatsii liudyny za rodod diialnosti". In *Odeskyi lnhvistychnyi visnyk*. Odesa : Natsionalnyi universytet "Odeska yurydychna akademiia", 7: 82–85.
10. Polivanov Ye. D. 1968. *Stati po obshchemu yazykoznaniiu*. Moskva : Nauka.
11. *Cambridge Idioms Dictionary*. 2006. Cambridge : Cambridge University Press.
12. *Oxford Idioms Dictionary for Learners of English*. 2003. Oxford : Oxford University Press.

Коляда Элина. Семантика английских фразеологизмов, обозначающих маскулинность. В статье сделана попытка проанализировать семантику английских фразеологических единиц, обозначающих маскулинность. Фразеологию понимаем в широком смысле этого слова и относим к фразеологизмам пословицы, поговорки и воспроизводимые в готовом виде единицы (афоризмы, сравнения), соответствующие многим критериям фразеологизмов; они воспроизводятся в готовом виде, имеют постоянную грамматическую структуру и компонентный состав, являются образными. Маскулинность понимаем как совокупность социальных представлений о мужчине и присущих ему качествах, нормативный эталон идеального мужчины.

Фразеологизмы отражают сложившиеся гендерные стереотипы и социальные роли. В фразеологическом фонде английского языка прослеживаем фиксацию атрибутов настоящего мужчины. По результатам проведен-

ного семантического анализа гендерно маркированных фразеологических единиц, настоящий мужчина должен быть храбрым, сильным, выносливым, волевым, уверенным в себе, настойчивым, решительным, опытным; он отвечает за свои слова и поступки, не дает пустых обещаний. Фразеологические единицы характеризуют мужчину как самодостаточного, независимого, честного, надежного. У настоящего мужчины есть призвание, любимая работа, карьера. Он разбирается в музыке и живописи. Главное назначение и большая ответственность мужчины – быть главой семьи.

С общественной жизнью людей тесно связана лексика, поэтому она наиболее подвижная и постоянно меняется. Это обусловлено тем, что непрерывно меняются общественное бытие людей и объективная действительность, которые отражает язык. Семантика лексических и фразеологических инноваций свидетельствует о том, что сегодня традиционное представление о мужчине переосмысливается и приобретает новое наполнение.

В середине 1990-х годов появилось понятие “метросексуал”, обозначающее молодого человека, который живет в мегаполисе и тратит много времени и денег на свою внешность. В современном обществе создается новый тип мужчины. На смену метросексуалу приходит спорносексуал, чьи усилия направлены на создание совершенного тела.

Ключевые слова: фразеологическая единица, семантика, гендер, маскулинность, настоящий мужчина, метросексуал, спорносексуал.

Koliada Elina. Semantics of the English Phraseologisms Denoting Masculinity. The article deals with the semantics of the English phraseological units denoting masculinity. Phraseology in the broad sense studies proverbs, sayings, aphorisms, comparisons, which correspond to the criteria of phraseologisms – are reproduced ready-made, characterized by structural and lexical stability, and have a figurative meaning. Masculinity is a set of attributes, behaviours, and roles associated with men.

Phraseological units reflect established gender stereotypes and social roles. In the phraseological fund of the English language we trace the fixation of the attributes of a real man. According to the obtained results of a semantic analysis of gender-marked phraseological units, a real man has to be brave, strong, enduring, strong-willed, self-assured, persistent, determined, and experienced. He is responsible for his words and deeds, and he does not give empty promises. Phraseological units characterize a real man as self-sufficient, independent, honest, and reliable. A real man feels he has found his true vocation, he likes his job. His business career is successful. He understands music and painting. The main mission and responsibility of a man is to be the head of the family.

Language reflects social and other kinds of changes in human life and activities. The semantics of lexical and phraseological innovations testifies to the fact that nowadays there is a considerable change in the way a stereotypical man is viewed.

In the mid 1990s the term ‘metrosexual’ was coined denoting a man who lives in the city and spends a significant amount of time and money on his appearance. A new type of man is emerging in modern society. The age of the metrosexual has been exchanged for an era of spornosexual men obsessed with achieving perfect-looking physique.

Key words: phraseological unit, semantics, gender, masculinity, real man, metrosexual, spornosexual.

UDC 801.732

Ganna Krapivnyk

MYTHOLOGICAL ELEMENT IN THE DETECTIVE GENRE

It is common knowledge that modern mass culture originates from mythology and folklore, which contain basic value-related images and symbols, and specific recurrent motifs. Many scholars analyze them from the standpoint of such humanitarian sciences as text linguistics, cultural studies, philosophy, sociology, psychology etc. Linguo-cultural research into the mythological element of the detective genre and texts shows its cultural value, reasons of stable popularity and significance for understanding any modern and post-modern literary and other media texts, including literary, television, cinematographic, computer, graphic etc. by the recipients with different level of training and background knowledge. The conveyed linguo-cultural study of detective mediatexts provided confirmation that myths, their structure, motifs and images-symbols are an integral part of nearly any crime fiction product as a representative of the modern, mainly, urban popular culture. Furthermore, the mythological formula determines a certain framework for creating new detective plots and works. The study singled out intertextual links, and common features of the fairy tale, mythological and detective formulae, sacred religious texts, their language representation and interpretation in the crime fiction products. In addition, it is shown that detective texts perform various social function, including entertaining, cognitive, ideological and even therapeutic one. The paper considers the image of a typical detective story protagonist and his or her archetypal

mythological basis, features and essential traits of character. The research deals with the myth-related invariant stable characteristics of the detective text products and analyzes apocalyptic motifs as one of the ways to represent the mythological element, both in form and content, in the modern detective works. The study shows the reasons and bases of the topicality of eschatological apocalyptic motifs as major semantic elements, related to the Judaic-Christian mythology and generally with the modern Western culture in its broad understanding.

Key words: mythological element, detective genre, fairy tale, apocalypse, media text, popular culture, motif

Formulation of a research problem and its significance. The human culture is rooted in mythology and folklore. Many modern literary and other textual genres feature the structure, characters and plot elements, clearly manifesting their mythological, slightly modernized basis. R. Barthes defined a myth as a communicative system, a message, therefore, a myth cannot be a thing, a convention or an idea. A myth is a form [15]. Myth creation becomes more active during the periods of social unrest, since for a person it is easier to exist and operate myths than reality. The modern society does not lack the people who create and offer these true-to-life myths, building the ideology that supports and regulates public order. A myth, as a word, is a message, and it performs informative and communicative functions, respectively. R. Barthes, followed by other scholars, prove and regard the notions of a word and a text broadly, in fact, as a media text. R. Barthes indicates that the text of the myth might not be verbal: it may be a letter or an image, and written speech, as well as photography, cinematograph, a report, sport events, performances, or advertisements can be actual media of a mythological message [15]. The research into the meaning of the mythological element in the detective genre, as a part of the modern culture on the whole, may encourage better and deeper knowledge of the mechanisms of the civilization development, provides meaningful images, created in the texts of different cultures, in particular, of the mystery novel characters. Textually mythological element is represented at both form and content levels, meaning in the structure as well as in the semantics and cultural context. The study is topical due to the need of considering the mythological element of the detective genre and its texts in connection with their influence on the consciousness of the addresser and the addressee, of defining linguo-cultural, moral and ethical aspects of the detective genre in the late modern and post-modern society.

The goal and the specific tasks of the article. The **goal** of the work is to perform linguo-cultural study of the mythological element in the texts of the detective genre. This goal determined the need to fulfil a number of **tasks**. Firstly, the structural formulaic nature of the detective genre was studied. Secondly, the general cultural background of the myth popularity and topicality in detective texts was described. Thirdly, apocalyptic motifs, as an important part of the mythological element in form and content, were considered in the texts of the genre in question.

Analysis of the research into this problem. The formulaic nature of specific types of texts, including fiction ones, and their archetypical basis were comprehensively considered in the works of such scholars as V. Ya. Propp, later J. Cawelti, Ye. Karmalova and others. V. N. Toporov noticed that an archetype may be singled out in various structural elements of a fiction text and it demonstrates similarities to archaic mythological thinking schemes [11]. J. G. Cawelti introduced the term of the *literary formula*, while V. Ya. Propp studied architectural, structural (morphological), features, rules and semantics of different fairy tale motifs and elements. The scholar managed to point out 31 types of essential events and characters with a limited range of their roles (seven key characters/roles) that have their inherent heroes and their specific functions [8, c. 24–49]. In his works, U. Eco attended seriously to the consideration of the links between the genres of the myth, the fairy tale and the novel. Therewith, he focused on the subgenre of the detective novel. The researcher also pointed out the well-established formulaic structure, repetition of plots, characters, connotations, which make it easier for the text addressee to recognize and understand the meaning(s). Specializing in the detective, or crime fiction genre, the contemporary scholar and writer J.N. Frey describes the framework of the detective text while comparing it to the correspondent myth structure in his *How to Write a Damn Good Mystery: A Practical Step-by-Step Guide from Inspiration to Finished Manuscript* [12]. Mythological studies have been interdisciplinary and extensive, e. g. the myth as a cultural phenomenon was

researched into by A. F. Losev, I. I. Tolstoy, A. M. Freidenberg, M. M. Bakhtin, S. S. Averintsev, A. Ya. Gurevich, M. Eliade etc.

Mythological apocalyptic motifs have been popular not only in the broadly understood Western culture, but also in Slavic cultures, since all of them represent the Christian world. For instance, A. Sh. Sabirov and O. S. Soina studied the idea of salvation in Russian philosophy, including the classical Russian literary texts by L. Tolstoy, F. Dostoyevsky and V. Solovyov [9]. B. M. Gasparov analyzed literary leitmotifs in the Russian literature of the twentieth century, and also the cultural background of the textual motifs and their interaction and interdependence [3]. The mythological element representation in the modern intermedial texts, and the relations between cinema, television, and Internet texts and literary fiction and non-fiction political and philosophical texts was analyzed by O. Aronson in his monograph [1]. The analysis of archetypes and myths in television commercials and the stereotypes of genre coding in the modern audiovisual texts, including formulaic and detective ones, was made by Ye. Karmalova in [6].

Statement regarding the basic material of the research and the justification of the results obtained. The universal nature of the myth enables to regard it as an essential and integral part of the culture on the whole. The myth absorbs and synthesizes the phenomena of different fields: philosophy, religion, literature, history etc. The fact that a number of mythological characters, images and plots are interconnected and similar in various cultures shows interrelations of cultures and the unified spiritual basis, common features of human thinking and behavior structure, continuous presence of existential problems in human life, the return and repetition of the archetypical images. Interdisciplinary myth studies lead a person to a new non-simplified level of understanding of the issues related to the human nature and spirit, realization of the important role of the unconscious for the human psyche. A detective novel can take and incorporate either general mythological properties and structures or features of the specific myths, including ancient Greek, Roman or Oriental myths as well as mythological stories and motifs from the sacred religious texts, for example, the Bible. Its texts are especially typical of the detective stories since the crime fiction genre appeared in the Western, predominantly, Christian culture where the Book is the essential religious set of texts.

In his monographic work *The Philosophy of Pain* A. Y. Vetlesen comes to the conclusion that fairy tales and mythological stories still perform the function of depicting extra-linguistic conflicts to outline the image of inner personal mental conflicts. Consequently, at the cultural level internal conflicts and affects must be symbolically reflected in outer forms simplified popular culture forms [2, p. 155].

These formulaic genres have plenty of similarities. For instance, Ya. Markulan writes that the fairy element of the detective story is especially visible in the cinema (and today on the television and in the Internet and computer games), which features striving for escapist illusions, the *happy end* philosophy and imaginary characters. The popular culture strengthened these qualities of the crime fiction media texts and made them serve ideological purposes [7].

A detective text is always based on the branchy and flexible formula, the cyclical temporary aspect, which is inherent in the mythological consciousness and reproduces a specific archetype, stereotype, a semiconscious situation [6, p. 56]. The texts of this genre always include a mystery, a secret, which activates the mystical element being so popular in the modern culture on the whole (from Greek *mystikos*, secret, meaning the practice, aiming at uniting with something that is beyond the sensual world [4, p. 31]. Nevertheless, it is enough to mention such television series as *X-Files* or *Twin Peaks*, as well as numerous thrillers (for instance, after stories by S. King). Mystical phenomena are appealing for authors due to the simplicity of text creation. It is related to the fact that they cannot be denied as a science, there is no need to make them evidence-based, they do not require talent as art, they do not demand compliance with traditions (unlike a religion), they are not imposed (unlike ideology), they do not require any tangible mechanisms (unlike machines), and there is no need to be knowledgeable in legends (unlike mythology) [4, p. 44]. A. A. Gorelov notes that the

mystics is mystery, while art is narration. A myth is a narration about mystery. Mythology synthesizes mystics and art” [4, p. 76].

The specificity of the detective myth as a part of the modern culture lies, in particular, in the fact that crime fiction was one of the genres, which appeared due to the civilization and urbanization development. The advent of the contemporary judicial system that deals with evidence and proofs to pass verdicts, the growth of cities where separate anti-social groups tend to organize criminal gangs – all these phenomena and many others promoted and replenished the material for the reflection in the crime fiction, and later in other media detective texts. J. G. Cawelti wrote that the culture itself creates literary formulae. Texts pass through *cultural selection* in order to become real formulae. Considering the fact that the culture evolves, the mythological foundation stays the same and the framework gradually changes to include new social interests and values [17].

Within the Judaic-Christian culture and mythology it is hard to overestimate the role of the apocalyptic motifs that embrace any personal, local or global event of a catastrophic character that may lead to complete destruction and the long path of salvation. The hard and challenging survival under the conditions of modern life, the need and duty to be responsible and liable for person’s own actions and the actions of the society on the whole, the correlation between personal and collective values have made the apocalyptic topics highly appealing and recurrent in various forms of art, including the modern and postmodern fine art, music, cinema, theatre, fiction etc. Each art work focuses on an event that is of apocalyptic nature (a catastrophe, a disaster, environmental problems, the invasion of aliens or machines, wars etc.), which makes the characters and the text recipients resemble mythological heroes who set out travelling in search of the remedy, a tool to save human lives or the whole world. On their way the heroes go through a number of challenges, endeavors and adventures to survive and at last fulfill their mission.

Having studied the mythological element of women’s detective fiction, Cristina A. Jackson states that myths reflect real beliefs and thoughts of the secret cultural drivers [18]. The crime fiction texts might to a certain extent substitute sacred religious mythological texts, since they contain the attributes and types similar images, characters and motifs. However, both the text addressor and addressee changed reading tactics and techniques. The original basic sacred used to be the only work of the kind in the specific religion, it was repeatedly read and interpreted in exegetic studies. Its understanding was not intended for masses, but for the elite, whereas detective stories are comprehensible for the public with varied cultural and educational background levels. These texts are more frequently read once only, but their framework, their motif structure remains relatively stable. A similar idea can be also found in the Detective Novel by S. Kracauer. It is common knowledge that the main hero of a crime fiction story is usually a detective or an agent conducting investigation. This character is actually a mythological hero manifested as a superman/super-person in the modern culture. For instance, U. Eco reported that it is a popular belief that this hero is stronger and smarter than an ordinary human [14]. Then, the linguist and philosopher gave reasons as to the grounds for the importance of the detective stories for a modern person since, according to him, in the industrial society, where in large organizations that deprive him or her of their right to make decisions, any person becomes just a number, he or she does not have any means of production, and, consequently, any opportunity for making decisions. People’s personal physical power (unless it is realized in sports achievements) is continuously humiliated by more powerful machines, which determine at times even the person’s movements. In this society a protagonist must ideally meet the need for the strength and power, which an average person experiences but cannot satisfy [14]. The image of a cultural hero is indeed archaic and a certain degree of syncretism is typical of it, including the overlapping and mutual penetration of art and religion. In turn, mythological nature is inherent not only in the hero, anti-hero, a trickster, an assistant and other human characters, but also symbols and mythologemes of the media texts (for instance, a keyhole, a house, a window, weapons, natural elements, disasters a beauty and a beast, faith, betrayal and so on).

In these eclectic texts the recipient is always given a range of mythological motifs, in particular, hero's travels with life-death-life initiation procedure, which is an apocalyptic motif, whose significance was mentioned above. This technique of using an easily recognizable myth formula makes a crime fiction text accessible and comprehensible for the public. According to J. N. Frey in the above work, a modern detective novel is a version of the most ancient story on Earth, that is a story of the hero-warrior travels [4, p. 14]. The hero of the ancient legends would kill dragons (beasts, or monsters, the contemporary society was afraid of) would save beauties. However, a hero of the modern detective novel traces down murderers (monsters that the modern society is afraid of) and saves beauties. A number of personal features are similar for the old legend heroes and today's detective story protagonists: they are courageous, faithful, loyal, seek to punish and eradicate evil, are ready to sacrifice for their ideals and so on [4, p. 14–15]. It should be noted that modern detective story heroes are normally wrapped in a sort of the *archetypical shell*, but at the same time they are rather hollow. This is related to the fact that the modern and postmodern addressees can fill the hero with their specific meanings, analyze, compare and even identify themselves with the hero, as well as observe his or her actions. This process performs a number of social and psychological functions: therapeutic, entertaining, compensatory and cognitive. Therewith, the modern hero's key tool is still his or her mind and reason, despite all numerous available variations of the detective formula [12, p. 18].

The traditional myth depicts an imaginary world of gods and heroes, whereas a crime fiction story is realistic in the produced world characters. This may be the description of either contemporary world or historic events (for instance, in such historical novels as *The Name of the Rose* by U. Eco); it may describe the events of religious myths (frequently apocalyptic ones), which are in the heart of the Christian Western European culture (e.g. novels by U. Eco, D. Brown etc., as well as modern fiction and non-fiction Apocrypha, including, *The Gospel of Afranius: The Holy History as an Object of a Detective Inquiry* by K. Eskov, which clearly features the line of the rational, analytical detective investigation and many others). Mythological gods and heroes are allowed to do things, prohibited for common people. Therefore, it is important that a crime fiction text should make it possible for the addressee to distinguish between the things allowed and forbidden. It also gives an opportunity to take precautions and try to cross the border between these things in order to find answers to the most burning, topical and vital questions for a modern person.

Some producers of the detective texts use the word *myth* explicitly or apocalyptic precedent names in the strong position of the titles of their literary and intermedial texts (e. g., Graham Pears "The myth of Justice", film "The End of the World" (Danish: "Verdens Undergang", 1916), post-apocalyptic fiction film "The Noah" (1975), "The Prophecy" (1995), "Babylon A. D." (2008) a book by T. Ustinova "A Myth of the Ideal Man" (Russian: "Миф об идеальном мужчине") and many others). It is to be noted that a traditional myth mainly uses symbols and images, while the Enlightenment prefers terminology to explain different phenomena. A modern myth structured as a crime fiction or intermedial detective text also includes traditional mythological images and symbols but does not refuse from the scientific vocabulary for the latest achievements and developments in the area of technologies. It is a must-have of the genre considered to stay up-to-date.

The twentieth century rapid development of civilization in such areas as globalization, technological progress, politics, manipulation and ideology required myths to manage masses that needed leaders, and the mass consciousness activated such apocalyptic symbols and motifs collective fear and terror, external enemies and cultural heroes, global and local man-made and natural threats and general permanent insecurity. The issue of the cultural hero is tightly related to the mass psychology. It is the crowd that brings consciousness back to the myth, which also performed the function of cognition and science, when they did not exist [10, p. 463].

In the twentieth century a secular version of the miracle was the man-made cinematograph. Visualized film and television texts formed and changed people's views and even values. This *wonder* of the screen images was an iteration of Christian acts of God since it revives the feeling of unity and community, tempts with the image that is easy to believe and trust in, like the moment of

touching something divine. Television images gradually transform miracles into mundane and routine things, whereas the feeling of the collective faith strengthens. The feeling of collective power and the illusion of the ability to make decisions and control their lives, the recipient is offered utopic and dystopic versions of the history development. Instead of God the intermedial text addressees are provided with practical, normally, tangible values, which are then converted into the subconscious temptation [1, p. 45]. Such post-apocalyptic screen texts as *Star Wars* or *the Matrix* awaken the need in God, in specific moral and cultural system, which is essential for the mankind existence. Such texts are the product and the source of creating many other screen, computer and literary products that develop, vary and transform the same ideas and issues.

Furthermore, the shallow and simplified city culture maintains the feeling of collective and individual fear. M. Scheler noticed that the psychology of fear prevails in the Western civilization (later these ideas were followed and confirmed by Jean Baudrillard, who considered this problem in depth in his book *America* [16]), and there is no single great psychoanalyst who could bring a relief and freedom to a person from the deadly terror, from the constitutive feeling of fear, which is the emotional and impulsive basis of the Judaic-Christian world of ideas [13, p. 138]. According to S. Kracauer, the modern crime fiction genre exploits human fear, human strive for the terror, partially related to the Christian mythology, where in the apocalyptic narration a Christian does not turn away from the terror of the Hell, but seeks to eschatological reasoning, to experiencing and experimenting with fears, because it is suggested that the image of the Paradise may be clearly seen only on the background of the hellfire and tortures. P. S. Gurevich believes that modern fiction of different genres, for instance gothic novels, mystery, thrillers, horror and others, do not just serve the food for human curiosity in terms of recognizing things that are frightening. These texts in effect enrich the people's imagination, encourage experiencing and sensing terror. Popular culture is impossible without murders, massacres and other criminal activities [5, p. 572]. It is to be mentioned that the producers of the above crime fiction texts deliberately show their characters and situations somewhat grotesque, exaggerated or overloaded with various intertextual links. These stylistic devices help the reader, or the addressee, to get involved into the fairy story, accept it, and then believe in the newly created imaginary mythological world. It may be suggested that a literary fairy tale cannot be separated from the modernity and postmodernity with their inherent semantic multiplicity and collage nature as well as the focus on ancient forms of art.

Conclusions and prospects for further research. The research into the mythological element of the detective genre and its media texts in the modern culture confirmed the importance of this element as it is an integral part to build up any literary fiction and other media text in the late modern period. The formal and semantic links between the myth, fairy tales and crime fiction formulaic texts, sacred religious texts and their socio-cultural and philosophical interpretation, their reflection in the detective genre; the key myth-related invariants that can be found functioning in nearly all detective text were analyzed, and their significance and influence on the modern city person and the hypertext, as the total of all the existing texts, was specified. The mythological apocalyptic motifs and their textual manifestations were singled out and considered. It is worth considering the language representation of other mythological motifs in the crime fiction genre and also build up a classification of intertextual units included in detective texts.

Джерела і література

1. Аронсон О. Коммуникативный образ (Кино. Литература. Философия) / О. Аронсон. – М. : Новое лит. обозрение, 2007. – 384 с.
2. Ветлесен А. Ю. Философия боли : пер. с норв. / А. Ветлесен. – М. : Прогресс-Традиция, 2010. – 240 с.
3. Гаспаров Б. М. Литературные лейтмотивы. Очерки по русской литературе XX века / Б. М. Гаспаров. – М. : Наука, 1993. – 304 с.
4. Горелов А. А. Эволюция культуры и экология / А. А. Горелов. – М. : Ин-т философии РАН, 2002. – 245 с.
5. Гуревич П. С. Философская антропология : учеб. пособие / П. С. Гуревич. – 2-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2010. – 607 с.

6. Кармалова Е. Ю. Аудиовизуальная реклама в контексте культуры: миф, литература, кинематограф / Е. Ю. Кармалова. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008. – 213 с.
7. Маркулан Я. Детектив. Что это такое? Морфология жанра / Я. Маркулан // Зарубежный кинодетектив. Опыт изучения одного из жанров буржуазной массовой культуры. – Л. : Искусство, 1975. – С. 6–50
8. Пропп В. Я. Поэтика фольклора : собрание тр. / В. Я. Пропп ; сост., пред. и коммен. А. Н. Мартыновой. – М. : Лабиринт, 1998. – 352 с.
9. Сабиров В. Ш. Идея спасения в русской философии / В. Ш. Сабиров, О. С. Соина. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2010. – 272 с.
10. Социология и кинематограф / под общ. ред. М. И. Жабского. – М. : Канон+, 2012. – 600 с.
11. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: исследование в обл. мифопоэтического: избранное / В. Н. Топоров. – М. : Наука, 1994. – 621 с.
12. Фрэй Дж. Н. Как написать гениальный детектив / Дж. Н. Фрэй. – СПб. : Амфора, 2005. – 316 с.
13. Шелер М. Человек и история / М. Шелер // Человек: образ и сущность: (Гуманитарные аспекты). Ежегодник. – М. : [б. и.], 1991. – С. 133–159.
14. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. – М. : Симпозиум, 2007. – 502 с.
15. Barthes R. *Mythologies* / R. Barthes ; trans. by Annette Lavers. – New York : Hill and Wang, 1984. – 160 p.
16. Baudrillard J. *America* / J. Baudrillard. – Verso : New Edition, 2010. – 160 p.
17. Cawelti J. G. *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture* / J. G. Cawelti. – Chicago : University of Chicago Press, 1976.
18. Jackson C. A. *Myth and ritual in Women's Detective Fiction* / C. A. Jackson. – Mcfarland & Co Inc., 2002. – 185 p.

References

1. Aronson, O. 2007. *Kommunikativny obraz (Kino. Literatura. Filosofiya)*. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye.
2. Vetlesen, A. Yu. 2010. *Filosofiya boli*. Translated from Norwegian. Moscow, Progress-Tradition.
3. Gasparov, B. M. 1993. *Literaturnye leitmotivy. Ocherki po russkoy literature XX veka*. Moscow: Nauka.
4. Gorelov, A. A. 2002. *Evoliutsiya kultury i ekologiya*. Moscow: Institut filosofii RAN.
5. Gurevich, P. S. 2010. *Filosofskaya antropologiya*. Moscow: Omega-L.
6. Karmalova, Ye. Yu. 2008. *Audiovizualnaya reklama v kontekste kultury: mif, literatura, kinematograf*. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg University publisher.
7. Markulan, Ya. 1975. “Detektiv. Chto eto takoye? Morfologiya zhanra”. In *Zarubezhny kinodetektiv. Opyt izucheniya odnogo iz zhanrov burzhuaznoy massovoy kultury*, 6–50. Leningrad: Iskusstvo.
8. Propp, V. Ya. 1998. *Poetika folkloru* (Collected works by V. Ya. Propp). Moscow: Labyrinth.
9. Sabirov, V. Sh., Soina, O. S. 2010. *Ideya spaseniya v russkoy filosofii*. Saint-Petersburg, DMITRIY BULANIN.
10. *Sotsiologiya i kinematograph*. 2010. Edited by Zhabsky, M. I. Moscow: Kanon+.
11. Topyrov, V. N. 1994. *Mif. Ritual. Simvol. Obraz: Issledovaniye v oblasti mifopoeticheskogo: Izbrannoye*. Moscow.
12. Frey, J. N. 2005. *Kak napisat' genialnyy detektiv*. Saint-Petersburg: Amfora.
13. Scheler, M. 1991. “Chelovek i istoriya”. In *Chelovek: obraz i sushchnost. Annual*, 133–159. Moscow.
14. Eco, U. 2007. *Rol Chitatelia. Issledovaniya po semiotike teksta*. Moscow: Simpozium.
15. Barthes, R. 1984. *Mythologies*. Trans. by Annette Lavers, Hill and Wang, New York.
16. Baudrillard, Jean. 2010. *America*. Verso; New Edition.
17. Cawelti, John G. 1976. *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
18. Jackson, Cristina A. 2002. *Myth and ritual in Women's Detective Fiction*. Mcfarland & Co Inc.

Крапивник Ганна. Міфологічний компонент у детективному жанрі. Відомо, що сучасна масова культура входить своїм корінням у міфологію і фольклор, що містять базові ціннісні образи й символи, а також певні рекурентні мотиви. Багато дослідників вивчають їх з погляду таких гуманітарних наук, як лінгвістика тексту, культурологія, філософія, соціологія, психологія та інших. Лінгвокультурологічне дослідження міфологічного компоненту в різноманітних текстах детективного жанру продемонструвало його культурну цінність, основні причини його стабільної популярності та значущості для розуміння будь-якого модерного і постмодерного медіатексту, зокрема літературного, телевізійного, кінематографічного, комп'ютерного, графічного і т. д., реципієнтами з різним рівнем підготовки і фонових знань. Проведений лінгвокультурологічний аналіз медіатекстів надав підтвердження того, що міфи, їхня структура, мотиви й образи-символи є невід'ємною частиною практично кожного детективного продукту як представника сучасної, передусім, міської популярної культури. Крім того, міфологічна формула детермінує певні рамки для створення нових детективних сюжетів і творів. У роботі виявлено інтертекстуальні зв'язки, а також спільні риси між казковою, міфологічною і детективною формулами, сакральними релігійними текстами, їх мовною репрезентацією та інтерпретацією в продуктах детективного жанру. Також виявлено, що детективні тексти виконують різні соціальні функції, як-от: розважальну, когнітивну, ідеологічну і навіть терапевтичну. У статті проаналізовано образ типового протагоніста

твору детективного жанру і його архетипову міфологічну основу, характерні риси й основні якості характеру. У розвідці розглянуто пов'язані з міфом інваріантні стійкі характеристики детективних текстів і проаналізовано апокаліптичні мотиви як один зі способів представлення міфологічного компонента як за формою, так і за змістом у сучасних детективних творах. Виявлені причини і підгрунтя постійної актуальності есхатологічних апокаліптичних мотивів як провідних семантичних елементів, що походять з юдео-християнської міфології та в цілому сучасної західної культури в її широкому розумінні.

Ключові слова: міфологічний компонент, детективний жанр, казка, апокаліпсис, медіатекст, масова культура, мотив.

Крапивник Анна. Мифологический компонент в детективном жанре. Известно, что современная массовая культура уходит своими корнями в мифологию и фольклор, которые содержат базовые ценностные образы и символы, а также определенные рекуррентные мотивы. Многие исследователи изучают их с точки зрения таких гуманитарных наук, как лингвистика текста, культурология, философия, социология, психология и т. д. Лингвокультурологическое исследование мифологического компонента в различных текстах детективного жанра продемонстрировало его культурную ценность, основные причины его стабильной популярности и значимости для понимания любого современного и постмодерного медиатекста, в том числе литературного, телевизионного, кинематографического, компьютерного, графического і др. реципиентами с разным уровнем подготовки и фоновых знаний. Проведенный лингвокультурологический анализ медиатекстов предоставил подтверждение того, что мифы, их структура, мотивы и образы-символы являются неотъемлемой частью практически каждого детективного продукта как представителя современной, главным образом, городской популярной культуры. Более того, мифологическая формула детерминирует определенные рамки для создания новых детективных сюжетов и произведений. В работе выявлены интертекстуальные связи, а также общие черты сказочной, мифологической и детективной формул, сакральных религиозных текстов, их языковой репрезентации и интерпретации в продуктах детективного жанра. Кроме того, показано, что детективные тексты выполняют разные социальные функции, в том числе, развлекательную, когнитивную, идеологическую и даже терапевтическую. В статье проанализирован образ типичного протагониста произведения детективного жанра и его архетипическая мифологическая основа, характерные черты и основные качества характера. В исследовании рассматриваются связанные с мифом инвариантные устойчивые характеристики детективных текстов и анализируются апокаліптические мотивы как один из способов представления мифологического компонента, как по форме, так по содержанию, в современных детективных произведениях. Выявлены причины и основание для актуальности эсхатологических апокаліптических мотивов как ведущих семантических элементов, которые связаны с иудейско-христианской мифологией и, в целом, с современной западной культурой в ее широком понимании.

Ключевые слова: мифологический компонент, детективный жанр, сказка, апокаліпсис, медиатекст, массовая культура, мотив

УДК 811.111'42:791.43:159.942.52

Тетяна Крисанова

ІНТЕРСУБ'ЄКТНІСТЬ ЕМОЦІЙ У КІНОДИСКУРСІ

У статті на матеріалі англомовного кінодискурсу розглянуто особливості інтерсуб'єктності емоцій як засобу їх утілення. Визначено, що інтерсуб'єктність формує довербальний механізм конструювання емоції, включаючи систему інтерперсональних і інтраперсональних зв'язків. Виступаючи як утілене бажання людини до взаємодії і реалізації особистісних смислів, інтерсуб'єктність знаходить свій прояв на невербальному рівні. Результатом інтерсуб'єктної взаємодії є тілесний мімесис – образна утілення репрезентація емоції. Тріадичний тілесний мімесис у кінодискурсі відображає комунікативний характер утілення і містить суб'єкта, реципієнта й інтенційний складник, що пов'язує їх. Реципієнт полікодового висловлення в кінодискурсі, розпізнаючи тілесний знак, визначає комунікативну інтенцію суб'єкта. Тріадичний мімесис у кінодискурсі акцентує увагу не тільки на розумінні репрезентативних відносин між рухом тіла й об'єктом, але і на комунікативному характері таких репрезентативних відносин. Утілення спільної емоції в комунікації між автором і реципієнтом кінодискурсу відбувається на основі прагматичних універсаліїв, які відображають інтерсуб'єктну взаємодію між автором і реципієнтом кінодискурсу. Утілення емоції страху актуалізує її фізіологічні прояви та може відбуватись у двох основних формах: астеничній і стеничній. Характерними маркерами утілення страху є мімічні, кінетичні, просодичні засоби, а також система паралінгвістичних кодів, які актуалізують вегетативні прояви емоції. Утілення емоції базується на спільному досвіді авторів кінофільму і глядачів, що відчуття страху здатне впливати на комунікативну поведінку. Інтерсуб'єктний характер утілення емоції в кінодискурсі пов'язаний з тим, що глядач ідентифікує Себе з Іншим через інтерперсональний світ.

Ключові слова: емоція, інтерсуб'єктність, кінодискурс, невербальні засоби, утілення.

Постановка наукової проблеми та її значення. Емоції як форма відображення світу пронизують усі сфери людської діяльності, невід'ємно супроводжуючи людину протягом усього життя. Кіно, одним з завдань якого є здійснення прагматичного впливу на глядача, впливає на його емоційну сферу, конструюючи емоції у своєму дискурсивному контексті й викликаючи емоційний відгук у чуттєвій сфері глядачів. Кінофільм як медіатор поєднує два погляди на спільний об'єкт: погляд автора і погляд глядача.

Останнім часом збільшується науковий інтерес до вивчення соціальних аспектів мовленнєвої діяльності людини, пов'язаних з питанням: як спільнота людей поділяє свої погляди на світ? Це призводить до посилення уваги до поняття інтерсуб'єктності й інтерсуб'єктивної взаємодії. Запорукою успішної комунікації є здатність до міжособистісної взаємодії, в основі якої лежить інтерсуб'єктність як система внутрішніх і зовнішніх міжособистісних зв'язків, що визначають ідентичність особистості у її ставленні до оточення. Інтерсуб'єктність розуміють як здатність до обміну досвідом – почуттями, емоціями, думками [14, с. 2], оскільки “інтерсуб'єктність є не причиною, а передумовою самовираження, самоусвідомлення та само розвитку, адже тут наявний не жорсткий детермінізм, а гнучкі взаємозв'язки” [3]. Інтерсуб'єктність є утіленим прагненням до соціальної взаємодії, реалізації особистісних смислів у соціальному середовищі.

Мета статті – розглянути особливості інтерсуб'єктності емоцій в англійському кінодискурсі як способу їх утілення. Мета передбачає виконання таких **завдань:** проаналізувати поняття інтерсуб'єктності; визначити механізм утілення емоцій у кінодискурсі невербальними засобами; схарактеризувати особливості утілення емоції невербальними засобами на матеріалі емоції страху. **Матеріалом** дослідження слугують англійські кінофільми, трактовані як кінотекст, графічним відображенням якого є текст кіносценарію. Наведений ілюстративний матеріал затранскрибований за допомогою нотаційної системи ТРУД [5, с. 117] і містить кінематографічний коментар.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Інтерес дослідників до різних аспектів інтерсуб'єктивної взаємодії пов'язаний з вивченням механізмів, які лежать в основі невербальної поведінки мовця і виявленням особливостей взаємодії між учасниками комунікації на когнітивному й афективному рівнях. Інтерсуб'єктність розглядають, як основу дискурсу, як координацію когнітивних систем між мовцями та слухачами, що є передумовою для використання мови [13]. Для обґрунтування основних сенсомоторних навичок людини поняття інтерсуб'єктності пов'язують з утіленням [6; 7; 15; 16]. З'явилися перші розвідки інтерсуб'єктності емоцій в кінодискурсі, спрямовані на пояснення яким чином відбувається взаємодія героїв кінофільму і його глядачів на афективному рівні [10], що окреслює **актуальність** вибраної теми дослідження.

Когнітивний напрям інтерсуб'єктності базується на феноменологічній теорії Е. Гуссерля, згідно з якою інтерсуб'єктність – базова властивість людського буття, “домен, який залучає всю сферу людського досвіду” [9]. Саме відчуття “несхожості” лежить в основі потреби людини орієнтуватись на точку зору інших учасників комунікації, будуючи власну ідентичність [10, с. 3]. Ґрунтуючись на постулатах когнітивної граматики, А. Верхаген пропонує розуміння інтерсуб'єктності з погляду когнітивної взаємодії між мовцем і слухачем, стверджуючи, що процес інтерсуб'єктності зумовлений контекстом – знаннями, досвідом і установками мовців, а також їх спільною увагою [14]. Мовець перестає бути єдиним транслятором ідей, почуттів і думок; слухач також посідає активну позицію, інтерпретуючи висловлення мовця, базуючись на власному досвіді.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Як соціальні істоти, людина відчуває потребу до обміну соціальним досвідом – цінностями, почуттями, емоціями тощо. Інтерсуб'єктність дає розуміння передумов вербальної інтеракції і впливає на механізм конструювання певної емоції. Відмінною рисою кінодискурсу є семіотична неоднорідність, зумовлена його полікодовим і мультимодальним характером. Конструювання

реальності в кінодискурсі відбувається при взаємодії вербальних, невербальних і кінематографічних семіотичних систем.

Інтерсуб'єктність виступає як утілене бажання людини до взаємодії і реалізації особистісних смислів [10, с. 2]. Визначаючи ідентичність особистості у її ставленні до навколишнього світу, інтерсуб'єктність виступає як система інтерперсональних і інтраперсональних зв'язків. Виділяючи три аспекти інтерсуб'єктної взаємодії: спільну увагу, спільну емоцію і спільну інтенцію (joint attention, joint emotion, joint intention), науковці підкреслюють той факт, що інтерсуб'єктність утілюється на когнітивному й афективному рівнях [6; 15]. Ідея утілення досвіду була запропонована представниками феноменологічних теорій і розвинута психологічною наукою. Е. Гуссерль стверджував, що для розуміння іншого потрібно співвіднести досвід власного тіла з візуальним враженням від рухів іншого тіла [9]. М. Мерло-Понті вважав, що для змоги відчувати себе взаємопов'язаним до іншої людини, необхідно зрозуміти інтенцію жесту іншої людини стосовно спільного об'єкта [11]. Це є об'єднана інтенційність, яка об'єднує себе й іншого, унаслідок чого об'єкт перестає "відноситись до тіла" і набуває характеристик "утілення", "утілення", вказуючи на соціальний аспект, що "більше не відокремлює мозок від тіла" [11]. Нещодавні дослідження в галузі психології підтверджують думку, що люди покладаються на свою моторну систему, коли спостерігають за іншими і передбачають їх дії.

Обмін досвідом більшою мірою відбувається на рівні емоційної взаємодії і перцептивних процесів. Тому інтерсуб'єктність знаходить свій прояв на невербальному рівні, відбувається утілення досвіду і його обмін за допомогою рухів тіла.

Під утіленням розуміють тілесні стани, які виникають під час сприйняття емоційного стимулу [5, с. 23]. Використання тіла для комунікативної та репрезентативної мети трактують, як тілесний мімізис. Певний тілесний акт комунікації, на думку Дж. Златева, є актом тілесного мімізису, якщо він залучає крос-модальне мапування між сприйняттям оточення і сприйняттям тіла й відповідає – іконічно або індексально – певній дії, об'єкту або події, одночасно будучи диференційованим від нього суб'єктом [16, с. 228].

Тріадичний тілесний мімізис, який передбачає суб'єкта, реципієнта та інтенційного складника, що пов'язує їх, відображає комунікативний характер утілення: тілесний знак повинен бути намірено розпізнаний адресатом як і власне комунікативна інтенція суб'єкта. Тріадичний мімізис акцентує увагу не тільки на розумінні репрезентативних відносин між рухом тіла й об'єктом, дією і подією до якої вона відноситься, але й на усвідомленні, що такі репрезентативні відносини можуть бути використані комунікативно. Трикомпонентна схема мімізису, запропонована Дж. Златевим [16, с. 229], дозволяє трактувати репрезентативні (знакові) відносини комунікативно, при умові, що знак має теж саме значення як для адресата, так і для автора.

Зазначена ідея тріадичного мімізису уможлиблює припущення, що утілення об'єднаної емоції в комунікації між автором і реципієнтом кінодискурсу відбувається на основі прагматичних універсалій, які відображають механізм конструювання автором об'єднаної емоції в кінодискурсі:

Я знаю, що цей рух тіла означає Емоцію.

Я очікую, що ти знаєш, що цей рух тіла означає Емоцію.

Я очікую, що ти знаєш, що я знаю, що цей рух тіла означає Емоцію.

З одного боку, автор, ґрунтуючись на власній картині світу, приписує руху тіла певний смисл, з іншого – очікує, що глядач на основі своїх когнітивних знань правильно інтерпретує емоційність невербального знаку, а також визначить загальний дискурсивний контекст актуалізації емоції. Глядач ідентифікує невербальний знак як його бачить автор, але також визначає соціальні й культурні аспекти, пов'язані з автором. Кінофільм є тим посередником, який за допомогою можливостей кінематографічних засобів уможлиблює утілену об'єднану емоцію, поєднуючи погляд глядачів і автора, реалізовану камерою. Глядач приходить у кіно-театр, щоб обмінятися емоцією на екрані за допомогою складної тріадичної системи ідентифікації.

Інтерсуб'єктність емоцій у кінодискурсі пов'язана передусім з експресивністю цього типу дискурсу, яка полягає у його властивості здійснювати вплив на емоційну сферу глядача. Розглядаючи кінофільм як “машину емоцій”, дослідники кіно стверджують, що в основі емоційності фільму перебувають “теми” – емоційні поведінкові сценарії, які відображають когнітивні й лінгвокультурні знання глядачів і творців фільму [8; 13, с. 70]. Створюючи образ і емоційний стан героїв фільму, творці фільму співвідносять їх з когнітивними сценаріями емоцій, які існують у свідомості глядачів і активують їх. В кіно емоції виникають, коли кінотекст мобілізує систему цінностей, яка існує в свідомості глядачів або збуджує їх афективну чуттєвість до певних культурних цінностей [10, с. 15]. Реконструкція емоцій в кіно залежить від когнітивних знань глядачів про емоції та їх прояви.

Інтерсуб'єктність і тіло людини взаємопов'язані через мову. Тільки за допомогою мови смисли, утворені тілом, перетворюються на систему вираження. “Природне” тіло (навіть у базових перцептивних функціях) стає дискурсивним і мовним тілом, у якому інтерсуб'єктивність відіграє ще більшу роль, ніж до появи мови. Мова, відтак забезпечує ключ, який повністю реалізує взаємозв'язок між тілесним втіленням та інтерсуб'єктивністю [7, с. 4].

Розглянемо особливості утілення емоцій у кінодискурсі на прикладі емоції страх. Страх – фундаментальна емоція, універсальна базова властивість людини, яка характеризується поєднанням біологічної та соціальної природи. Базові емоції містять відповідно властиві тільки ним рухи тіла. Біологічна природа страху виявляється в захисній біологічній реакції людини на відчуття реальної або уявної небезпеки для її здоров'я та благополуччя [2]. Соціальний характер страху полягає в його властивості мобілізувати сили людини для активної діяльності, допомагати попередити ймовірні помилки і зменшити ризик стати жертвою обставин [1]. Саме зазначені аспекти використовують автори кінофільму для утілення емоції. Страх і ступінь його інтенсивності виявляється в нейрофізіологічних реакціях суб'єкта. Невербальні прояви страху характеризуються напруженням м'язів обличчя, збільшеним серцебиттям, пришвидшеним диханням, нерухомістю і відчуттям холоду. Когнітивні здібності людини погіршуються, вона втрачає здатність орієнтуватись у просторі [1], всі її дії підпорядковані бажанню позбутись небезпеки. Стан страху сприймає людина як неприємний і викликає негативні почуття, а також деструктивним для особистості суб'єкта.

Утілення страху може відбуватись у двох основних формах: астенічній та стеничній. Перша виявляється в пасивно-оборонній реакції: заціпеніння, ступор, друга – в мобілізації можливостей для попередження небезпеки [2, с. 155]. Глядач здатен розпізнати емоцію на екрані, якщо вона втілена за допомогою специфічних, властивих тільки їй рухів тіла.

Страх як базова емоція має широкий арсенал невербальних засобів утілення, що зумовлено “паралізуючою” для суб'єкта дією страху. Характерними індикаторами страху є мімічні прояви. У суб'єкта, який відчуває страх, тремтять губи – *trembling lip and the unmistakable fear*, рот сіпається – *jaw drops as total fear storms her face, mouth twitching in fear*. Очі широко розплющені – *eyes go wide with fear, wide eyed with fear, eyes go big with fear, his eyes bulging with panic*, в них відображається страх, жах, які відчуває суб'єкт – *fear curdling in his eyes, fear fills both of their eyes* або, навпаки, міцно стиснуті, так суб'єкт намагається відгородитись від причини страху – *his eyes closed in fear, all shut down by his fear, covers his eyes in fear*, погляд застигає, ніби “замерзає” під впливом усвідомлення небезпеки – *stares at her through eyes filled with fear*. Обличчя також може бути нерухомим, нагадуючи маску – *face is a mask of shock and fear*. Обличчя відображає внутрішні переживання суб'єкта, змінюючи колір – воно біліє, червоніє або ж темнішає – *pale with fear, pasty white with fear, darkened by... fear*.

У наведеному нижче прикладі Кроуфорд дізнається, що дружина Дженніфер зраджує його і вирішує застрелити її. У розмові з нею він удавано спокійний і тому Дженніфер не відчуває хвилювання. Однак, коли вона бачить зброю, спрямовану на неї, вона відчуває раптовий страх, який утілений за допомогою погляду – *her eyes go big with fear*.

CRAWFORD I know. Everything.

“She stops, exhales. Looking down. Afraid. Grateful it's happening at last.”

JENNIFER *I'm so sorry.*

CRAWFORD *Don't be.*

"Jennifer winces, feeling some sympathy. Preparing herself to turn and end it, to grow, to move on."

CRAWFORD *Knowledge is pain. I'm used to that.*

CRAWFORD *It's not like I don't let little pleasures, in return for the pain.*

"She frowns and turns" – #and her eyes go big with fear.# "Crawford is holding a semi-automatic pistol, aimed at her face. Very still. The gunshot explodes out of the muzzle – bright, harsh, loud." [18]

Глядач розпізнає Кроуфорда так як бачить його Дженіфер водночас глядач ідентифікує себе з Дженіфер як з особою, що дивиться і відчуває страх, а також глядач визначає соціальні аспекти, які спричиняють відчуття страху в зазначеній ситуації. Отже, інтерсуб'єктний характер утілення емоції в кінодискурсі пов'язаний із тим, що глядач ідентифікує Себе з Іншим через інтерперсональний світ.

Утілення страху відбувається також за допомогою просодичних невербальних засобів. Голос героя, що переживає страх, тремтить – *voice quavering, tremor of fear in his voice*, понижується – *whispering with fear*, стає сиплим і хриплим – *voice is defiant but cracking with fear*. У ситуаціях небезпеки, коли людина усвідомлює необхідність активно діяти заради свого спасіння, голос підвищується, переходить на пронизливий крик – *shrieking with fear, screams in fear*. У наступному прикладі Анна налякана бійкою між Ніколаєм і Кіріллом, вона рішуча у своєму бажанні залишитись з Ніколаєм, проте її голос видає страх. Утілення емоції базується на спільному досвіді авторів кінофільму і глядачів, що відчуття страху здатне впливати на просодичні характеристики мовлення.

KIRILL *Don't use my father's name! You don't say that filth about him...*

"He goes for Anna again, and this time Nikolai shoves Kirill to the wet ground. He looks up at Nikolai and slowly gets to his feet. He wipes his hands then stares into Nikolai's eyes."

KIRILL *Don't even look at her any more.*

"Headlights from a passing car sweep the scene...."

KIRILL *That's an order.*

#Nikolai peers at Anna for a moment.# #Anna's voice is defiant but cracking with fear. #

ANNA *Tell him what I said. [17]*

Кінетичні засоби утілюють стеничну і астенічну форми страху. Серед стеничних проявів відзначаємо: людина сіпається – *jerks in fear*, робить різкі рухи – *jumps from fear*, намагається бігти, робить різкі рухи – *puts his hand to his mouth in fear, gripping the armrests in fear, cowering in fear, in a panic, twists in panic, scoots off the bed in a panic, leaps up with fear* тощо. Астенічні прояви полягають у стані нерухомості, загальмованості: людина нерухома – *paralyzed with fear, frozen with fear, immobile with fear, deadened with fear*, тремтить – *shaking with fear, trembling with fear, hands are shaking in fear*, здригається – *startles in fear*.

У наступному прикладі Вел паралізований від страху через відповідальність за життя Дені, який отримав серйозне поранення. Хоча Вел вихвалявся перед колегами про свій медичний досвід, він усвідомлює відсутність необхідних знань для порятунку товариша. Утілення емоції страху слугує також використання крупного плану блідого обличчя Дені, його рани, а також обличчя Вела, напруженого від паралізуючого його страху. Глядач бачить ситуацію очима Вела, співвідносить вимір Я з виміром не-Я і пов'язує свої почуття з ситуаційними чинниками.

"Val, Virge and Rascal gently turn Danny over. His oxygen mask was ripped off in the explosion" "крупний план" "He's pale and still." "Val opens his jacket. "крупний план" "There is an ugly, open wound in his upper chest below his shoulder." "крупний план" #Val stares, paralyzed with fear.# "Then he opens the first aid kit and takes out a syringe." [20]

Вегетативні прояви при відчутті страху яскраво виражені [2, с. 154], що знаходить своє відображення в системі паралінгвістичних кодів: у суб'єкта порушується ритм дихання –

breathing hard from fear, a gasp of fear, panting with fear, на поверхні тіла виступає піт – *sweating with fear, his face beaded with sweat*, відбуваються мимовільні фізіологічні реакції – *a puddle of urine forms at his feet*, він відчуває, як німіє все тіло – *stiff with fear*. Наприклад:

“Hanging from the middle of the ceiling is another grotesque sculpture, three times the bulk of a large man, and made of metal, fly-blown animal parts and knotted rope. It is vaguely cruciform, but its swaying, creaking bulk is not even faintly Christian. It is a perverse, sickening image, evoking insanity and agony. From the shadows in the corner, we hear a young girl’s soft sobbing.”

NIX Hush...

“Nix goes to the girl. She is twelve; beautiful, blonde, and presently in a state of mortal fear. She sits, bound, in a fetal position, #her face soaked with sweat and tears#, her mouth blooded, her cheek bruised.@”

NIX I said hush.

GIRL Please. Let me go. [19]

У наведеному прикладі 12-річна дівчина сильно налякана своїм викраденням і навколишнього жахаючою обстановкою. Вона перебуває у стані смертельного страху, що має астеничну форму і характерні вегетативні прояви. Автор кінофільму використовує свої знання про ці прояви і конструє невербальну емоцію на основі очікування подібних знань у реципієнта. Глядач свідомий того факту, що страх смерті здатен паралізувати людину – *she sits, bound, in a fetal position*, викликати в неї вегетативні прояви, вербалізовані в зазначеному прикладі – *her face soaked with sweat and tears* Утілення емоції відбувається на основі її фізіологічних проявів, що зумовлює інтерсуб’єктний характер конструювання емоцій.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, інтерсуб’єктний простір тілесного знання відіграє вирішальне значення в конструюванні емоції. Спільна емоція сприяє постійному обміну між “внутрішнім” і “зовнішнім”, що уможливує утілення соціального світу. Людське тіло спілкується з світом через емоції, тому невербальні засоби несуть комунікативну й суспільно-культурну інформацію, утілюючи емоційні смисли. Люди інтерсуб’єктні за своєю природою, вони повністю занурені в соціальний контекст, будучи фундаментально пов’язані з іншими в процесі буття. Кінодискурс, слугуючи посередником між колективним автором і колективним реципієнтом, транслює емоційні смисли, розпізнавання яких відбувається на основі прагматичних універсалій. Перспективним є подальше вивчення інтерсуб’єктних зв’язків, які лежать в основі кінематографічної семіотичної системи кінодискурсу та спрямовані на конструювання реального світу.

Дж ерела та література

1. Изард К. Эмоции человека / Керол Изард. – М. : Директ-Медиа, 2008. – 954 с.
2. Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с
3. Леонтьев Д. А. Новые ориентиры понимания личности в психологии: от необходимого к возможному / Д. А. Леонтьев // Личностный потенциал: структура и диагностика. – М. : Смысл, 2011. – 675 с.
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
5. Barrett L. F. Emotion and consciousness / Lisa Feldman Barrett, Paula M. Niedenthal, Piotr Winkielman. – New York ; London : the Guilford Press, 2005. – 420 p.
6. Brinck I. The Role of Intersubjectivity in the Development of Intentional Communication / Ingar Brinck // Zlatev J., Racine T. P., Sinha Ch., Itkonen E. The Shared Mind: Perspectives on Intersubjectivity / J. Zlatev, T. P. Racine, Ch. Sinha, E. Itkonen. – Amsterdam : John Benjamins Publ., 2008. – P. 115–140.
7. Fusaroli R. The intersubjectivity of Embodiment / R. Fusaroli, P. Demuru, A. Borghi // Journal of Cognitive Semiotics. – 2012. – Vol. 4. – № 1. – P. 1–5.
8. Grodal T. Emotions, Cognitions, and Narrative Patterns in Film / T. Grodal // Platingo C., Smith G. M. Passionate View : Film, Cognition and Emotion / C. Platingo, G. M. Smith. – Baltimore ; London : The Johns Hopkins University Press, 1999. – P. 127–145.
9. Husserl E. Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy. First Book: General Introduction to a Pure Phenomenology / E. Husserl // The Hague. – Boston ; Lancaster : Martinus Nijhoff Publishers, 1983. – 400 p.
10. Laine T. Shame and Desire: Emotion, Intersubjectivity, Desire / T. Laine. – Brussels : Peter Lang, 2007. – 154 p.
11. Merleau-Ponty M. Phenomenology of Perception / M. Merleau-Ponty. – London : Routledge, 2013. – 696 p.

12. Rosemarie A. Shared Movement. A Non-verbal Approach to Intersubjectivity / A. Rosemarie // Bender S. *Movement Analysis of Interaction* / S. Bender. – Berlin : Logos Verlag, 2010. – P. 241–257.
13. Tan E. Sentiment in Film Viewing / Ed Tan // Carl Platingo and Greg M. Smith. *Passionate View : Film, Cognition and Emotion*. – Baltimore ; London : The Johns Hopkins University Press, 1999. – P. 48–64.
14. Verhagen A. Intersubjectivity and the architecture of the language system / A. Verhagen // Zlatev J. *The Shared Mind: Perspectives on Intersubjectivity* / J. Zlatev, T. P. Racine, C. Sinha, E. Itkonen. – Amsterdam : John Benjamins Publ., 2008.
15. Zlatev J. Intersubjectivity: What Makes us Human? / Jordan Zlatev // Zlatev J. *The Shared Mind: Perspectives of Intersubjectivity* / J. Zlatev, T. P. Racine, C. Sinha, E. Itkonen. – Amsterdam : John Benjamins Publ., 2008. – P. 1–14.
16. Zlatev J. The co-evolution of intersubjectivity and bodily mimesis / J. Zlatev // Zlatev J. *The Shared Mind: Perspectives of Intersubjectivity* / J. Zlatev, T. P. Racine, C. Sinha, E. Itkonen. – Amsterdam : John Benjamins Publ., 2008. – P. 215–244.
17. Eastern Promise [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.imsdb.com/scripts/Eastern-Promises.html>
18. Fracture [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.imsdb.com/scripts/Fracture.html>
19. Lord of Illusions [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.imsdb.com/scripts/Lord-of-Illusions.html>
20. Belle [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.imsdb.com/scripts/Belle.html>

References

1. Izard, K. 2008. *Emotsii cheloveka*. Moskva : Direkt-Media.
2. Ilin, E. 2001. *Emotsii i chuvstva*. Sankt-Petersburg : Piter.
3. Leont'ev, D. A. 2011. “Novye orientiry ponimaniya lichnosti v psihologii: ot neobhodimogo k vozmozhnomu”. In *Lichnostnyj potencial: struktura i diagnostika*. Moskva : Smysl.
4. Makarov, M. L. 2003. *Osnovy teorii diskursa*. Moskva : Gnozis.
5. Barrett, L. F., Niedenthal, P. M. and Winkielman, P. 2005. *Emotion and consciousness*. New York, London : The Guilford Press.
6. Brinck, I. 2008. The Role of Intersubjectivity in the Development of Intentional Communication. In J. Zlatev, T. P. Racine, Ch. Sinha, E. Itkonen. *The Shared Mind: Perspectives on Intersubjectivity*, 115–140. Amsterdam: John Benjamins Publ.
7. Fusaroli, R., Demuru, P., Borghi, A. 2012. *The intersubjectivity of Embodiment*. *Journal of Cognitive Semiotics*. 4 (1) : 1–5.
8. Grodal, T. 1999. Emotions, Cognitions, and Narrative Patterns in Film. In C. Platingo, G. M. Smith. *Passionate View : Film, Cognition and Emotion*, 127–145. Baltimore and London : The Johns Hopkins University Press.
9. Husserl, E. 1983. *Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy. First Book: General Introduction to a Pure Phenomenology*. The Hague, Boston, Lancaster : Martinus Nijhoff Publishers.
10. Laine, T. 2013. *Shame and Desire: Emotion, Intersubjectivity, Desire*. 2007. Brussels : Peter Lang.
11. Merleau-Ponty, M. 2013. *Phenomenology of Perception*. London : Routledge.
12. Rosemarie, A. 2010. Shared Movement. A Non-verbal Approach to Intersubjectivity. In S. Bender. *Movement Analysis of Interaction*. Berlin: Logos Verlag : 241–257.
13. Tan, E. 1999. Sentiment in Film Viewing. In Carl Platingo and Greg M. Smith. *Passionate View : Film, Cognition and Emotion*, 48–64. Baltimore, London : The Johns Hopkins University Press.
14. Verhagen, A. 2008. Intersubjectivity and the architecture of the language system. In Jordan Zlatev, Timothy P. Racine, Chris Sinha, Esa Itkonen. *The Shared Mind: Perspectives on Intersubjectivity*, 307–332. Amsterdam: John Benjamins Publ.
15. Zlatev, J. Racine, T. P., Sinha, Ch., Itkonen, E. 2008. Intersubjectivity: What Makes us Human? In Jordan Zlatev, Timothy P. Racine, Chris Sinha, Esa Itkonen. *The Shared Mind: Perspectives of Intersubjectivity*, 1-14. Amsterdam : John Benjamins Publ.
16. Zlatev, J. The co-evolution of intersubjectivity and bodily mimesis. 2008. In Jordan Zlatev, Timothy P. Racine, Chris Sinha, Esa Itkonen. *The Shared Mind: Perspectives of Intersubjectivity*, 215–244. Amsterdam : John Benjamins Publ.
17. Eastern Promise. <http://www.imsdb.com/scripts/Eastern-Promises.html>
18. Fracture. <http://www.imsdb.com/scripts/Fracture.html>
19. Lord of Illusions. <http://www.imsdb.com/scripts/Lord-of-Illusions.html>
20. Belle. <http://www.imsdb.com/scripts/Belle.html>

Крысанова Татьяна. Интерсубъектность эмоций в кинодискурсе. В статье на материале англоязычного кинодискурса рассмотрены особенности интерсубъектности эмоций как средства их воплощения. Определено, что интерсубъектность формирует довербальный механизм конструирования эмоции, выступая как система интерперсональных и интраперсональных связей. Выступая как воплощенное желание человека к взаимодействию и реализации личностных смыслов, интерсубъектность находит свое проявление на невербальном уровне. Результатом интерсубъектного взаимодействия выступает телесный мимезис – образная воплощенная репрезентация эмоции. Триада телесный мимезис в кинодискурсе отображает коммуникативный характер воплощения и включает субъекта, реципиента и интенциональную составляющую, которая их объединяет. Реципиент поликодового высказывания в кинодискурсе, распознавая телесный знак, определяет коммуника-

тивну інтенцію суб'єкта. Триадичний мимезис в кінодискурсі акцентує увагу не тільки на розумінні репрезентативних відносин між рухом тіла і об'єктом, але й на комунікативному характері таких репрезентативних відносин. Втілення об'єднаної емоції в комунікації між автором і реципієнтом кінодискурсу відбувається на основі прагматических універсалій, які актуалізують інтерсуб'єктне взаємодія між автором і реципієнтом кінодискурсу. Втілення емоції страху відображає її фізіологічні прояви і може відбуватися в двох основних формах: астеничної і стеничної. Характерними маркерами втілення страху є мимічні, кінетичні, просодичні засоби, а також система паралінгвістичних кодів, які актуалізують вегетативні прояви емоції. Втілення емоції базується на об'єднаному досвіді авторів фільму і глядачів, що емоційний стан здатний впливати на комунікативне поведіння. Інтерсуб'єктний характер втілення емоції в кінодискурсі обумовлен тим, що глядач ідентифікує себе з Другими через інтерперсональний світ.

Ключові слова: втілення, інтерсуб'єктність, кінодискурс, невербальні засоби, емоція.

Krysanova Tetiana. Intersubjectivity of Emotions in Cinematic Discourse. The article focuses on the intersubjectivity of emotions as a means of their embodiment and its peculiar features in the English cinematic discourse. It is determined that the intersubjectivity forms a preverbal mechanism for construing emotions, acting as a system of interpersonal and intrapersonal relationships. The intersubjectivity finds its manifestation on the nonverbal level revealing the person's desire to interact and realize meanings. The result of the intersubjective interaction is the bodily mimesis – an imaginary representation of the emotion by non-verbal means. The triadic bodily mimesis in the cinematic discourse reflects the communicative nature of embodiment and includes the subject, the recipient, and the intentional component that connects them. The recipient of a polycoded statement in the cinematic discourse, recognizing a bodily sign, determines the communicative intention of the subject. The triadic mimesis in the cinematic discourse focuses not only on the awareness of representative relations between the movements of the body and the object, but also on the communicative nature of such representative relationships. The embodiment of the joint emotion in the communication between the film author and the recipient of the cinematic discourse is based on pragmatic universals that reflect the intersubjective interaction between the author and the recipient of the cinematic discourse. The embodiment of the emotion of fear reflects its physiological manifestation and can take place in two basic forms: asthenic and sthenic. Mimic, kinetic, prosodic means, as well as a system of paralinguistic codes that actualize vegetative manifestations of the emotion, are typical markers for embodying fear. The embodiment of the emotion is based on the common experience of film authors and recipients – viewers and the emotional feeling of fear can influence their communicative behavior. The intersubjective nature of emotion embodiment in the cinematic discourse is predetermined by the fact that viewers identify Themselves with the Other through the interpersonal world.

Key words: cinematic discourse, embodiment, emotion, intersubjectivity, nonverbal means.

УДК 81'373

Олена Кульчицька

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ГІБРИДНОЇ СЕМАНТИКИ В АНАЛІЗІ ПЕЙОРАТИВІВ

У статті викладено основні принципи й методики гібридної семантики (ГС), що одночасно використовують умовно-істинний та умовно-вживаний виміри (описові та причинно-наслідкові або експресивні аспекти мови). Основним положенням гібридної семантики є те, що умовно-істинний вимір не в змозі поодинокі зафіксувати й описати весь спектр значення слова, саме тому на допомогу йому приходять умовно-вживаний вимір, і результатом застосування обидвох стає повний опис значення будь-якої емотивної лексичної одиниці. Ми застосовуємо методику ГС для семантичного аналізу емотивного класу слів, зокрема пейоративів (тобто негативні, емоційно-навантажені експресивно оцінні лексеми), адже традиційна семантика подекуди не в змозі повністю описати значення таких лексичних одиниць. Це відбувається через те, що прагматичні теорії “значення як використання” часто розглядають як протилежні традиційній семантичній теорії. Проте у своїй книзі Д. Каплан (2016) доводить, що методи гібридної семантики можуть і повинні доповнювати традиційні підходи до семантичного аналізу. Його дослідження ґрунтується на спостереженні, що для певного класу мовних одиниць семантична теорія окреслює правила використання, а не те, що ці одиниці виражають. Це підтверджує філософське дослідження Л. Вітгенштейна, що вилось у таке положення: “Значення мовного виразу і є його використання” [1]. Д. Каплан розробив багатовимірний підхід до трактування поняття “значення”, яке він назвав гібридною семантикою, що поєднує у собі вимір умовно-вживаного разом із умовно-істинним в єдину систему. Ця система долає емпіричні

прогалини та концептуальні проблеми теорії традиційної семантики [2]. Цей підхід здатний вирішувати не тільки проблеми використання пейоративів у мові, але й інших емотивно-навантажених оцінних лексичних одиниць.

Ключові слова: гібридна семантика (ГС), умовно-істинне та умовно-вживане, гібридні лексичні одиниці, пейоративи, спосіб вираження.

Постановка наукової проблеми та її значення. Опис значення пейоративних лексичних одиниць, як окремого пласту емотивної лексики, є досить складним завданням з погляду традиційної семантики. Така лексика не зафіксована в лексикографічних джерелах, адже слова набувають нових відтінків у їхньому використанні. Значення таких слів є динамічним, “рухомими”.

Прагматичні теорії “значення як використання” часто розглядають як принципово протилежні традиційній семантиці. Проте дослідження Девіда Каплана показують, що методи гібридної семантики повинні доповнювати традиційну семантику. Він вказує на те, що для певних лексичних одиниць семантична теорія окреслює правила використання, а не вираження цих одиниць. За основу свого припущення, Д. Каплан взяв положення, яке стало результатом дослідження Л. Вітгенштейна: поняття “значення” в більшості випадків визначається як “значення мовного виразу і його використання” [1].

Аналіз досліджень цієї проблеми. Загалом обґрунтування поняття гібридної семантики та опис її основних методів було проведено такими лінгвістами як Кратцер Анжеліка (Німеччина, 1999), Девід Каплан (США, 1999), Крістофер Потт (США, 2005), Лауренс Хорн (США, 2007), Ерік МакКріді (Японія, 2010), і що на сучасному етапі узагальнено науковою працею Данієля Гутсмана (Німеччина, 2015). Основним положенням є те, що умовно-істинний вимір не в змозі поодинокі зафіксувати й описати весь спектр значення слова, саме тому на допомогу йому приходять умовно-вживаний вимір, і результатом застосування обидвох стає повний опис значення будь-якої емотивної лексичної одиниці.

Мета і завдання статті – висвітлити результативність новітнього підходу до трактування емотивних мовних одиниць на основі проведеного аналізу пейоративної лексики, застосовуючи для цього два основні методи семантичного аналізу: умовно-істинний та умовно-вживаний, як основоположні в гібридній семантиці.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Д. Каплан розробив багатовимірний підхід до трактування поняття “значення”, який у роботах автора отримав назву гібридної семантики. Гібридна семантика поєднує у собі вимір умовно-вживаного разом із умовно-істинним в єдину систему. Ця система долає емпіричні прогалини та концептуальні проблеми теорії традиційної семантики [2]. За допомогою такого підходу ми здатні вирішувати не тільки проблеми використання пейоративних лексичних одиниць у мові, але й інших емотивно-навантажених оцінних мовних одиниць.

Сучасні семантичні дискусії фокусуються загалом на двох підходах: теоріях, які, підкреслюючи важливість описової інформації, асоціюються і пов’язуються із референтом, і ті, які підкреслюють причинно-наслідкові факти про умови використання референта. Встановлено, що судження індивідуумів базуються як на описовій (істинній), так і на причинно-наслідковій (уживаній) інформації, а різницю між їхніми судженнями неможливо пояснити належністю до “лише описової” чи “лише причинно-наслідкової теорії”. Іншими словами, гібридна семантика інтегрує ці рівноцінно релевантні до референта чинники. Існує багато способів формулювання гібридної семантичної теорії, зокрема різні способи, в якій причинно-наслідкові зв’язки та описова інформація можуть функціонувати як разом так і самостійно [4].

На думку Д. Каплана, використання умовно-вживаного (причинні фактори узусу) повинно мати формальну семантичну мотивацію, поруч із домінуючим у традиційній семантичній теорії поняттям умовно-істинного. У теорії Д. Каплана поняття умовно-істинного доповнюється поняттям умовно-вживаного. Тобто, якщо для великого класу лексичних одиниць їхнє значення можна зафіксувати описуючи спосіб, яким ці одиниці визначають умовно-істинне,

існує ще один великий клас лексичних одиниць, значення яких може бути описано повністю або частково шляхом їхнього використання. В той час, як перший клас одиниць передає умовно-істинний зміст, другий передає те, що у гібридній семантиці називається умовно-вживаним змістом. Отже, крім стандартного аналізу умовно-істинних мовних одиниць, який є в основі традиційної семантики, також повинен існувати аналіз умовно-вживаних лексичних одиниць, які описують як перший так і другий клас слів та повністю відображають їхнє значення.

Підсумовуючи, зазначимо, що згідно з теорією значення в гібридній семантиці існують два різні виміри значення: умовно-істинне трактування лексичних одиниць і трактування умовно-вживаних [5]. Серед таких мовних одиниць ми аналізуємо пейоративи, які ми визначаємо як негативні, емоційно-навантажені експресивно оцінні лексеми. У наведених нижче реченнях використовуються умовно-істинний та умовно-вживаний виміри як основні методи аналізу в межах гібридної семантики у вузькому сенсі (ми використовуємо скорочення TC = truth-conditional – умовно-істинне та UC = use-conditional – умовно-вживане для їхньої диференціації):

Leah found him – she was being stupid, cocky, trying to prove something. She engaged him alone... [14].

TC: Leah found him – she was trying to prove something. She engaged him alone...

UC: Leah found him – she was being stupid, cocky, trying to prove something. She engaged him alone...

Це можна зобразити схематично так:

*Leah found him – she was being stupid, being stupid, cocky
cocky, trying to prove something. = -----
She engaged him alone... Leah found him trying to prove something.*

Тобто:

$$P = \frac{TC}{UC}$$

Отже, повне значення виразу складається з умовно-істинного виміру плюс будь-який додатковий зміст, який диктується умовно-вживаним виміром, що передається лексемами *stupid* та *cocky* або будь-якими іншими емотивними виразами, що можуть бути вживаними замість наявних *stupid* та *cocky*, оскільки мовець має негативне ставлення до адресата.

Наведені нижче два речення є прикладом аналізу пейоративів у розрізі гібридної семантики:

And then Riley will probably send me out with more of Raoul's mutants again [6].

TC: and then Riley will probably send me out with more of Raoul's *people* again.

UC: and then Riley will probably send me out with more of Raoul's [*unpleasant and frightening things/humans that I disapprove of them and their actions*] again.

Отже, у гібридній семантиці зміст деяких лексичних одиниць найкраще фіксується умовами використання, а не тим, що виражає умовно-істинне. Відповідно, інтерпретуючи і саме речення в парадигмі гібридної семантики, можна стверджувати, що воно набуває цінності як у межах умовно-вживаного, так і умовно-істинного [7].

Згідно з позицією дослідників гібридної семантики, основна ідея полягає в тому, щоб використовувати перспективу умовно-вживаного не для заміщення, а для доповнення традиційної семантики та для розширення традиційних семантичних методів до тих аспектів значення, які перебувають за межами її сфери. Для ілюстрації тих видів аспектів значення, які можна вивчати в рамках цієї розширеної семантичної теорії, ми аналізуємо таку мінімальну пару:

1. A group of *boys* were seen going down the street [13].

2. A group of *yobs* were seen going down the street.

В аспекті традиційної семантики перше та друге речення є істинними в однакових ситуаціях. Проте друге речення виражає негативне ставлення, певне неприйняття і зневагу, яке відсутнє в першому реченні та яке не зафіксовано шляхом використання умовно-істинного у реченні. Але те положення, що пропонує Д. Каплан, полягає в тому, що негативне ставлення у

другому реченні асоціюється з виразом *yobs* за лінгвістичною конвенцією, і тому слід розглядати його як семантичний, а не прагматичний аспект змісту, Щоб зафіксувати такі аспекти значення, ми посилюємо перспективу умовно-істинного, нашаровуючи на семантику слова додатковий рівень умовно-вживаного. Для фіксації повного семантичного змісту слова у другому реченні, слід враховувати як умовно-істинний вимір, так і умовно-вживаний. Відтак:

ТС. A group of *boys* were seen going down the street. [*neutral meaning*]

UC. A group of *yobs* were seen going down the street is properly used if the speaker feels negatively about those boys [*negative meaning, namely pejorative*].

Ми називаємо лексичні одиниці, такі як *yobs*, що повною мірою розкривають своє значення завдяки ТС та UC вимірам, гібридними. Крім таких гібридних лексичних одиниць, є ще і композиційно-гібридні одиниці, які визначаються як будь-які словосполучення у значенні яких присутнє негативне емоційно-оцінне експресивне ставлення. Ми спостерігаємо це у наступному прикладі, де таке ставлення передається експресивним прикметником *headless* у поєднанні з лексемою *yobs*, який так само слугує інтенсифікатором пейоративного значення:

A group of *headless yobs* were seen going down the street.

Для повного розуміння та відповідно для опису лексико-семантичного структури таких гібридних семантичних виразів необхідно провести аналіз, який використовує як умовно-вживаний вимір, так і умовно-істинний, тобто гібридний. Як ми бачимо з наведених вище прикладів, в межах такої семантики речення набуває своєї цінності у поєднанні істинних умов із умовами використання [8].

З семантичної точки зору складність полягає не в реальності емоційного досвіду, а в значенні слів, за допомогою яких люди висловлюють свої емоції [9]. Як ми вже показали вище, умовно-істинне поодинокі не в змозі зафіксувати весь спектр значення слова [10]. Хоча, умовно-вживаний вимір значення слова ідеально піддається обробці методами традиційної семантики, як тільки ми визнаємо, що значення емотивних слів та інших лексичних одиниць у межах умовно-вживаного може бути зафіксовано постановкою такого запитання: за яких обставин такі лексичні одиниці належно використовуються. Замість того, щоб поставити запитання, що робить вигук “Takeahike!” істинним, ми запитуємо, в яких контекстах він може бути використаним із пейоративним значенням:

1. Умовно-істинний (ТС)

1 “Take a hike!” [13]

2 is *true*, – mode of expression

if you are offered to take a hike.

2. Умовно-вживаний (UC)

1 “Take a hike!”

2 is *properly used*, – mode of expression

3 if the speaker experiences negative emotions.

Отже, лексична одиниця пов’язана з умовами які фіксують її значення. Найголовніша різниця полягає в тому, як встановлюється цей зв’язок (2-й рядок), іншими словами “способом вираження” як його називає Д. Каплан [12]. У першому випадку спосіб вираження пов’язаний з лексичною одиницею через призму умовно-істинного, а в другому вирадку через призму умовно-вживаного, що надає виразу пейоративного значення. Ми також пропонуємо розширити аналіз способу вираження зверненням частково чи повністю до критеріїв виділення пейоративної лексики, в тому числі і лексикографічних, (повністю для абсолютних пейоративів і частково для гібридних), який ми подаємо у квадратних дужках:

And then Riley will probably send me out with more of Raoul’s mutants again [6].

ТС: and then Riley will probably send me out with more of Raoul’s *people* again.

UC: and then Riley will probably send me out with more of Raoul’s [*emoseme of disdain*] + [*unpleasant and frightening thing*] + [*very bad*] + [*DS moral-immoral*] + [*dissapproving*] again.

вживання слів та дає повне розуміння семантики слів. Найголовніше, при використанні цього методу можна стверджувати, що кожна лексична одиниця має друге, незафіксоване значення, але воно так само як і зафіксоване у лексикографічних джерелах значення буде абсолютно релевантним значенням даної лексичної одиниці.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Підсумовуючи вище викладений матеріал, ми займаємо позицію, що пейоративи одночасно передають ТС та УС зміст, де пейоративна частка є взятою з виміру умовно-вживаного, вказуючи на негативну емоційно-навантажену експресивну оцінність чи то у використанні номінальних чи дієслівних пейоративів. Беручи до уваги все сказане вище, ми стверджуємо, що гібридна семантика чітко та повно описує значення та використання пейоративів. Це не лише сприяє загальному розумінню емотивної лексики, але також може застосовуватися як корисний інструмент для опису інших мовних одиниць.

Джерела та література

1. Wittgenstein's Philosophical Investigations: A Critical Guide / edited by Arif Acmed. – Cambridge University Press, 1953. – 248 p.
2. Gutzmann D. Use-Conditional Meaning: Studies in Multidimensional Semantics / D. Gutzmann. – Oxford Studies in Semantics and Pragmatics, 2015. – 272 p,
3. Genone J. Concept possession, experimental semantics, and hybrid theories of reference / James Genone, Tania Lombrozo // *Philosophical Psychology*. – October 2012. – Vol. 25, №. 5. – P. 717–742.
4. Evans G. The varieties of reference / G. Evans. – Oxford : Oxford University Press, 1982. – 418 p.
5. Tenchimi M. P. A multi-act perspective on slurs / Maria Paola Tenchimi, Aldo Frigerio // *Pejoration* / edited by Rita Finkbeiner, Jorg Meibauer, Heike Wiese John. – Amsterdam ; Philadelphia : Benjamins Publishing Company, 2016. – P. 171.
6. Meyer S. The short second life of Bree Tanner / S. Meyer. – Little : Brown publishing, 2010. – P. 15.
7. Gutzmann D. Hybrid semantics for modal particles / D. Gutzmann // *Sprache und Datenverarbeitung*. – 2009. – № 33 (1–2). – P. 45–59.
8. [Electronic resource]. – Access mode : file:///C:/Users/k.elena/Downloads/davis-gutzmann_sub19.pdf
9. Goddard C. Semantic Analysis. A practical Introduction / Cliff Goddard. – Oxford University Press, 1998. – 411p.
10. Kaplan D. The meaning of “ouch and oops” / D. Kaplan. – Unpublished manuscript, 1999. – P. 6.
11. Gutzmann D. Use-conditional meaning (Oxford studies in Semantics and Pragmatics 6) / D. Gutzmann. – Oxford University Press, 2015. – 272 p.
12. Gutzmann D. Quantification with pejoratives / D. Gutzmann, E. McCready // *Pejoration* / edited by Rita Finkbeiner, Jorg Meibauer, Heike Wiese. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2016. – P. 80.
13. Shuttleworth M. Englische Schimpfwörter von A bis Z / Malcolm Shuttleworth. – Anaconda Verlag, 2015. – 96 p.
14. Mayer S. Eclipse / Stephenie Mayer. – Little : Brown publishing, 2007. – 640 p.
15. [Electronic resource]. – Access mode : https://en.wikipedia.org/wiki/Iverson_bracket

References

1. Wittgenstein's Philosophical Investigations. 1953. *A Critical Guide*. Edited by Arif Acmed. Cambridge University Press.
2. Gutzmann, Daniel. 2015. *Use-Conditional Meaning: Studies in Multidimensional Semantics*. Oxford Studies in Semantics and Pragmatics.
3. Genone, James, Lombrozo, Tania. 2012. “Concept possession, experimental semantics, and hybrid theories of reference”. *Philosophical Psychology* Vol. 25, No. 5.
4. Evans, G. 1982. *The varieties of reference*. Oxford: Oxford University Press.
5. Tenchimi, Maria Paola, Aldo, Frigerio. 2016. *A multi-act perspective on slurs*. In *Pejoration*. John Benjamins Publishing Company. Edited by Rita Finkbeiner, Jorg Meibauer, Heike Wiese. Amsterdam/Philadelphia.
6. Meyer, Stephanie. 2010. *The short second life of Bree Tanner*. Little, Brown publishing.
7. Gutzmann, Daniel. 2009. *Hybrid semantics for modal particles*. *Sprache und Datenverarbeitung*. 33 (1–2).
8. file:///C:/Users/k.elena/Downloads/davis-gutzmann_sub19.pdf
9. Goddard, Cliff. 1998. *Semantic Analysis. A practical Introduction*. Oxford University Press.
10. Kaplan, David. 1999. *The meaning of “ouch and oops”*. Unpublished manuscript.
11. Gutzmann, Daniel. 2015. *Use-conditional meaning (Oxford studies in Semantics and Pragmatics 6)*. Oxford University Press.

12. Gutzmann, Deniel, McCready, Eric. 2016. "Quantification with pejoratives". In *Pejoration*. Edited by Rita Finkbeiner, Jorg Meibauer, Heike Wiese. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company
13. Malcolm Shuttleworth. 2015. *Englische Schimpfwörter von A bis Z*. Anaconda Verlag.
14. Mayer, Stephenie. 2007. *Eclipse*. Little, Brown publishing.
15. https://en.wikipedia.org/wiki/Iverson_bracket

Кульчицкая Елена. Использование методов гибридной семантики при анализе пейоративов. В статье изложены основные принципы и методики гибридной семантики (ГС), которые одновременно используют условно-истинное и условно-применяемое измерения (описательные и причинно-следственные или экспрессивные аспекты языка). Основным положением гибридной семантики является то, что условно-истинное измерение не в состоянии в одиночку зафиксировать и описать весь спектр значения слова, именно поэтому на помощь ему и приходит условно-применяемое измерение, и результатом применения обоих становится полное описание значения любой эмотивной лексической единицы. Мы применяем методики ГС для семантического анализа эмотивного класса слов, а именно пейоратив (то есть отрицательные, эмоционально-нагруженные экспрессивно оценочные лексемы), ведь традиционная семантика порой не в состоянии полностью описать значение таких лексических единиц. Это происходит потому, что прагматичные теории "значения как использования" часто рассматриваются как противоположные традиционной семантической теории. Однако в своей книге Д. Каплан (2016) доказывает, что методы гибридной семантики могут и должны дополнять традиционные подходы к семантическому анализу. Его исследования основываются на наблюдении, что для определённого класса языковых единиц семантическая теория определяет правила использования, а не то, что эти единицы выражают. Это подтверждается философскими исследованиями Л. Витгенштейна, которые вылились в следующее утверждение: "значение языкового выражения и является его использованием" [1]. Д. Каплан разработал многомерный подход к трактовке понятия "значение", которое он назвал гибридной семантикой, что сочетает в себе измерение условно-применяемого вместе с условно-истинным в единую систему. Эта система преодолевает эмпирические пробелы и концептуальные проблемы теории традиционной семантики [2]. Данный подход способен решать не только проблемы использования пейоративов в языке, но и других эмотивно-нагруженных оценочных лексических единиц.

Ключевые слова: гибридная семантика (ГС), условно-истинное и условно-применяемое, гибридные лексические единицы, пейоратив, способ выражения.

Kulchytska Olena. Usage of TC@UC Methods or Hybrid Semantics in Pejorative's Analysis. The article outlines the basic principles of hybrid semantics that employs both, descriptive and causal dimensions simultaneously, since there are many expressions, simple or complex, that are called mixed or hybrid expressions and that contribute to the general understanding of pejoratives or any other emotive words.

Pragmatic theories of "meaning as use" are often regarded as fundamentally opposed to traditional truth-conditional semantics. However, David Kaplan's research shows conditions of use can and should have a place in formal approaches to natural language meaning. His project is based on the observation that for certain expressions of natural language, a correct semantic theory would state rules of use rather than something like a concept expressed. It is supported by Wittgenstein's *Philosophical Investigations* that for a large class of cases (though not for all) in which we employ the word *meaning* it can be defined thus: the meaning of a word is its use in the language (...) [1]. He develops a multidimensional approach to meaning, which the author calls hybrid semantics (HS) for short that incorporates use conditions alongside truth conditions in a unified framework. This system overcomes the observational, empirical gaps and theoretical and conceptual problems of previous frameworks of multidimensional semantics [2]. This approach is able to deal not only with the standard cases of pejoratives, but also with other kinds of use-conditional items that are often overlooked in the current literature.

According to the researches in a field of HS, the idea is to use a use-conditional perspective to supplement truth-conditional semantics, but not to replace it entirely, in order to extend conventional semantic methods to expressions and meaning aspects that, from a purely truth-conditional perspective, are considered to fall outside the scope of conventional semantics.

Key words: hybrid semantics (HS), truth- and use-conditions, pejoratives, mode of expression.

ТЕРМІНОЛОГІЧНА НАСИЧЕНІСТЬ АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ ЕКОМАРКЕТИНГУ

У статті йдеться про термінологічну насиченість англomовних фахових статей екомаркетингу. Проведено порівняльний аналіз первинної та вторинної сфер функціонування термінів екомаркетингу, які представлені відповідно статтями з фахових наукових журналів та газет.

Останнім часом спостережено значну зацікавленість різними аспектами терміносистем, які виникають на стику наук. Окреме місце відводиться терміносистемам економічного й екологічного спрямування, до яких належить і терміносистема екомаркетингу. Будь-яке терміносистему вивчають у сфері фіксації та сфері функціонування, крім того, останню ми вважаємо важливішою, адже термін – це мовна одиниця, якості та властивості якої проявляються лише в тексті. Питання насиченості тексту фаховими термінами є актуальним тому, що терміни – основа фахових текстів. Під термінологічною насиченістю розуміємо частку термінологічних слововживань серед усіх повнозначних слів, яка виражається у відсотках. Її визначаємо за формулою, власне за допомогою ділення кількості всіх термінів у тексті на множину всіх повнозначних слововживань цих текстів та множенням результату на 100 %.

Під час аналізу термінологічної насиченості статей усі досліджувані терміни було розподілено на чотири групи (вузькогалузеві, міжгалузеві, зовнішньогалузеві терміни і нефарову лексику), обчислено їхню відносну частоту, проведено порівняння їхнього вживання в англomовних публіцистичних текстах. Окрім того, дослідження показало, що на початку тексту кількість термінів незначна, вони виражають прості поняття, а частота їхнього вживання і їхня складність збільшується зі збільшенням відстані від початку тексту. Зроблено висновок, що термінологічна насиченість фахових текстів екомаркетингу залежить від рівня наукового тексту, концентрації тексту на вузькій фаховій проблемі, а також від стилю автора та його мети.

Ключові слова: терміносистема екомаркетингу, термінологічна насиченість, вузькогалузевий термін, міжгалузевий термін, загальнонауковий термін.

Постановка наукової проблеми та її значення. Стрімкий розвиток науки й техніки спричиняє появу великої кількості нових термінів, які стають об'єктом лінгвістичних досліджень, адже коректне використання термінів є запорукою взаєморозуміння між спеціалістами. Знання фахової мови потребує аналізу лексичних особливостей фахового тексту, тому питання термінологічної насиченості фахових текстів досить актуальне.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Проблеми термінологічної насиченості фахових текстів є в центрі уваги таких відомих термінознавців, як Б. М. Головін, С. І. Квітко, Т. Р. Кияк, В. М. Лейчик, Ф. А. Циткіна, М. М. Володіна, С. Н. Бук, Р. Г. Піотровський тощо.

Питання термінологічної насиченості англomовних фахових текстів досліджували М. Я. Саламаха (тексти охорони довкілля), Е. Т. Дерді (юридичні тексти), С. А. Вискушенко (тексти тваринництва), І. В. Асмукович (авіаційні тексти). Ще чимало наукових робіт написано на матеріалі німецької мови: С. І. Вовчанська (тексти маркетингу), О. М. Бондар (тексти екології), О. М. Ріба (тексти з нафтової промисловості), Р. Б. Шевців (тексти економічних наук), В. О. Синьо (тексти лісництва). Зауважимо, що термінологічна насиченість англomовних фахових текстів екомаркетингу дотепер не була предметом лінгвістичного дослідження.

Мета нашої статті полягає в аналізі термінологічної насиченості англomовних публіцистичних текстів екомаркетингу, яка досягається вирішенням таких конкретних завдань: 1) розділити всі виявлені в текстах терміни на вузькогалузеві, міжгалузеві та загальнонаукові; 2) виявити термінологічну насиченість англomовних публіцистичних текстів екомаркетингу; 3) порівняти термінологічну насиченість фахових текстів екомаркетингу первинної та вторинної сфери функціонування термінів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В. П. Даниленко зазначає, що оскільки не можна вивчати загальнолітературну мову лише за словниками, так і не можна вивчати терміносистему лише в одному лексикографічному жанрі

[5, с. 43]. Саме тому терміни варто досліджувати у двох вимірах – фіксації та функціонуванні. Зауважимо, що функціональні аспекти термінознавства ми вважаємо більш значимими, адже всі властивості й ознаки терміна проявляються тільки при його реальному вживанні в спеціальних текстах чи усних формах професійного спілкування.

Терміни будь-якої науки реалізуються саме у фахових текстах, які, за словами О. М. Ріба-Гринишиної, репрезентують професійну мову, охоплюють її лексичні, морфологічні й синтаксичні особливості, представлені логічно впорядкованою множиною термінологічних і загальноновживаних лексичних одиниць, а також виконують мовно-комунікативну функцію [8, с. 103]. Варто також зазначити, що терміни функціонують не лише у спеціальних текстах, а й у неспеціальному середовищі, тому сферу функціонування термінів поділяють на первинну і вторинну [6, с. 82].

Загалом сучасні мас-медіа швидко реагують на суспільно-економічні, науково-технічні, культурні події, які відбуваються у суспільстві, стаючи середовищем активного функціонування термінологічної лексики. Терміни, які зафіксовані у спеціальних словниках і вживаються у професійній сфері, починають нове життя в засобах масової інформації [7, с. 216]. Ми погоджуємося з думкою О. М. Ріби, яка говорить, що розуміння фахової мови як засобу вираження текстової інформації, вимагає визначення загальних особливостей фахового тексту в плані лексичного наповнення, тому актуальним є питання насиченості наукового тексту фаховими термінами [9, с. 216]. Окрім того, терміни можна назвати основою фахових текстів і в кількісному, і в змістовому відношенні [3, с. 175].

Під термінологічною насиченістю розуміємо частку термінологічних слововживань серед повнозначних слів [13, с. 18]. Саме тому визначення термінологічної насиченості різнотипових фахових текстів екомаркетингу варто здійснювати лише за наявності приблизно однакової кількості лексичних одиниць. Дослідження кількісних показників оцінки термінологічної насиченості фахових текстів екомаркетингу було виконане на основі проаналізованих нами 12 фахових текстів екомаркетингу зі статей та журналів (обсягом від 674 до 765 слів, що становить від 5425 до 6194 слововживань).

Зауважимо, що кожен текст містить не лише терміни екомаркетингу, але й терміни інших дисциплін, загальнонаукові терміни та загальноновживану лексику. Тому поділяємо всі лексичні одиниці фахових текстів екомаркетингу на чотири групи:

1. Вузькогалузеві терміни представлені групою термінів, які належать тільки до конкретної фахової мови, розраховані на фахівців окремої професійної сфери знань і зберігають свою вузькогалузеву маркованість [1, с. 143]. Ця група термінів є ядром терміносистеми екомаркетингу.

2. Міжгалузеві терміни – це терміни, які використовують у різних терміносистемах фахових мов, це терміни суміжних дисциплін – екології, економіки, маркетингу, техніки тощо: *climate change, global warming, Fenton's reagent, ozonation*. За словами О. М. Бондар, такі терміни здатні переходити до категорії загальнотехнічних чи загальнонаукових лексичних одиниць, а також поповнювати загальнолітературну лексику [1, с. 143].

3. Загальнонаукові, або зовнішньогалузеві терміни репрезентують терміни, які належать до інших терміносистем фахових мов і стосуються загального термінологічного фонду наук (терміни політики, релігії, культури тощо). Загальнонаукові терміни перебувають на периферії фахової мови екомаркетингу, а їхньою основною ознакою є міждисциплінарний характер і високий ступінь абстракції.

4. Нефахова, або загальноновживана лексика, яка, за С. А. Вискушенко, виступає сукупністю всіх мовних засобів загальноновживаної мови і не є пов'язаною із жодною професійною галуззю знань чи людською діяльністю. Такі лексичні одиниці позначають предмети, явища, дії, ознаки, які описують повсякденне життя всіх користувачів відповідної мови та уможливають загальнонаціональне спілкування [2].

Тобто, термінологічна насиченість – це частка термінологічних слововживань серед повнозначних слів, яка виражається у відсотках. Термінологічну насиченість текстів можна оцінювати з точністю 0,05 та достовірністю 95 % [13, с. 18]. Розрахунки проведено за формулою запропонованою С. І. Вовчанською:

$$\rho = \frac{\sum_{т.в.}}{\sum_{п.св.}} \cdot 100 \%,$$

де ρ – термінологічна насиченість тексту, відповідно
 $\rho_{вг.т.}$ – насиченість тексту вузькогалузевими термінами;
 $\rho_{мг.т.}$ – насиченість тексту міжгалузевими термінами;
 $\rho_{зн.т.}$ – насиченість тексту загальнонауковими термінами;
 $\sum_{т.в.}$ – множина терміновживань у тексті; і відповідно
 $\sum_{вг.тв.}$ – множина вузькогалузевих терміновживань у тексті;
 $\sum_{мг.тв.}$ – множина міжгалузевих терміновживань у тексті;
 $\sum_{зн.тв.}$ – множина загальнонаукових терміновживань у тексті;
 $\sum_{п.св.}$ – множина повнозначних слововживань у тексті [3, с. 177].

На першому етапі визначення термінологічної насиченості фахових текстів ми провели кількісні підрахунки всіх чотирьох груп слів, які наявні в досліджуваних текстах. Загалом аналіз вибірки показав такий розподіл цих типів лексики:

- 1) внутрішньогалузева лексика – 13,2 %;
- 2) міжгалузєва лексика – 9,5 %;
- 3) зовнішньогалузева – 6,8 %;
- 4) загальноновживана лексика – 70,5 %.

Сума цих величин становить множину повнозначних слововживань у тексті. Також нам вдалося встановити відмінність кількості цих груп у газетних текстах та статтях спеціалізованих журналів. Так, у текстах наукових журналів кількість вузькогалузевих терміновживань сягає 487, міжгалузевих – 283, загальнонаукових – 175, а загальноновживаних – 1853, а у газетних статтях кількість вузькогалузевих терміновживань становить 245 одиниць, міжгалузевих терміновживань – 246, загальнонаукових терміновживань – 205, загальноновживаних повнозначних слововживань – 2076. Порівнявши ці дані, звертаємо увагу, що у статтях наукових журналів кількість внутрішньогалузевих термінів більша майже в два рази. Це підтверджує думку, що досліджувані статті є більш інформативними та розраховані на адресата-фахівця. У журнальних статтях збільшилася і кількість міжгалузевих термінів, натомість кількість загальнонаукових термінів трохи зменшилась. Зауважимо, що у статтях журналів при відносно однаковій кількості повнозначних слів (2772 слововживань у газетних текстах та 2798 – у журнальних), кількість загальноновживаних слів менша, що пов'язано зі збільшенням в них кількості термінів.

Отже, маючи кількість термінів екомаркетингу та користуючись описаною вище формулою, визначаємо термінологічну насиченість екомаркетингових фахових текстів. Результати всіх обчислень систематизовано та відображено у таблиці 1.

Як бачимо, у таблиці зафіксовано обсяг вузькогалузевих, міжгалузевих, загальнонаукових термінів, а також загальноновживаних слів з досліджуваних текстів у числовому й відсотковому вигляді. Зазначимо, що дані результати аналізу насиченості терміновживання у фахових текстах екомаркетингу підтверджують думку, що є залежність певного показника від типу фахового тексту. Проведений аналіз також показав, що майже всі зразки текстів відзначаються середнім ступенем термінологічної насиченості, який коливається від 18,8 до 45,9 %. Окрім того, тексти журнальних статей мають більшу термінологічну насиченість, що зумовлено прагненням адресанта донести до адресата певну фахову екомаркетингову інформацію. Нижча термінологічна насиченість газетних статей пояснюється наявністю в адресатів менших фахових знань з екомаркетингу, а також тим, що завдання автора газетної статті полягає передусім у тому, щоб швидко й правильно висвітлити задану тему та мотивувати за допомогою мовних засобів читача до прочитання статті. Автор має зацікавити не фахівців, а

пересічних людей із різним рівнем освіти й мовною підготовкою. Тобто газетний текст має бути недовгим та зрозумілим читачам. Якщо цих вимог не виконувати, то коло читачів значно звужиться через нерозуміння (повне або часткове) написаного [12, с. 34]. Цим пояснюємо і високий відсоток загальноновживаної лексики, що коливається від 70,1 до 81,2 %.

Таблиця 1

Термінологічна насиченість екомаркетингових фахових текстів

№ тексту	Кількість усіх слів	Кількість повнозначних слововживань	Внутрішньогалузеві терміни		Міжгалузеві терміни		Загальнонаукові терміни		Загальновживана лексика		Термінологічна насиченість тексту, %
			абсолютна частота	термінологічна насиченість, %	абсолютна частота	термінологічна насиченість, %	абсолютна частота	термінологічна насиченість, %	абсолютна частота	насиченість тексту, %	
Газетні статті											
1	728	455	24	5,3	40	8,9	63	13,8	328	72,0	28,0
2	708	461	37	8,0	76	16,5	17	3,7	331	71,8	28,2
3	679	452	27	6,0	23	5,0	43	9,5	359	79,5	20,5
4	714	464	38	8,2	25	5,4	24	5,2	377	81,2	18,8
5	749	510	102	20,0	37	7,3	12	2,4	359	70,1	29,7
6	707	430	17	4,0	45	10,5	46	10,7	322	74,8	25,2
Середній показник	4285	2772	245	8,8	246	8,9	205	7,4	2076	74,8	25,2
Журнальні статті											
1	735	455	24	5,3	74	16,2	34	7,5	323	71	29
2	679	423	35	8,3	49	11,5	39	9,2	300	71,0	29,0
3	710	477	147	30,8	61	12,8	11	2,3	258	54,1	45,9
4	700	450	63	14,0	38	8,5	2	0,4	347	77,1	22,9
5	765	512	147	28,7	48	9,4	37	7,2	280	54,7	45,3
6	736	481	71	14,8	13	2,7	52	10,8	345	71,7	28,3
Середній показник	4320	2798	487	17,4	283	10,1	175	6,3	1853	66,2	33,8
Середній показник за всіма типами текстів	8610	5570	732	13,2	529	9,5	380	6,8	3929	70,5	29,5

Зауважимо, що фаховим текстам екомаркетингу притаманна досить велика кількість міжгалузевих термінів: у газетних статтях середній показник міжгалузевих термінів навіть незначно перевищує показник вузькогалузевих термінів і становить 8,9 %, порівняно з 8,8 % вузькогалузевими. Цей факт можна пояснити тим, що екомаркетинг виник на базі великої кількості суміжних дисциплін (економіки, маркетингу, екології, техніки), а тому активно користується “межовими термінами”, які є на стику наук [4, с. 5].

Аналіз екомаркетингових статей дав нам також змогу простежити характер та особливості інформаційної насиченості термінів у різних частинах тексту. Автор прагне бути повністю і

однозначно зрозумілим адресатом, тому уникає двозначності й термінів-синонімів. Він, знайомлячи адресата із певною проблемою екомаркетингу, пропонує можливе вирішення. Для досягнення цієї мети адресант використовує терміни, які передають максимальну кількість інтелектуальної інформації про явища, ознаки, характеристики [10, с. 160]. Саме тому на початку тексту кількість термінів менша, а центральна та кінцева частини тексту є більш насичені, тобто варто говорити про поступове збільшення інформаційної насиченості тексту, що пояснюється застосуванням адресантом спочатку гіперонімів, а згодом – гіпонімів.

Аналіз фахових статей з екомаркетингу показує, що на початку тексту кількість термінів незначна і вони виражають прості поняття. Частота вживання термінів і їх складність збільшується зі зростанням відстані від початку тексту. Таку комунікативну стратегію, за якою здійснюється поступове збільшення інформаційної насиченості термінів у напрямку до кінця тексту, Е. Ф. Скороходько називає стратегією поступового ускладнення викладу [11, с. 45–46].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, можна зробити висновок, що інформативність фахового тексту забезпечують саме термінами, які мають різну відсоткову частку, що залежать від рівня наукового тексту, концентрації тексту на вузькій фаховій проблемі, від стилю автора та його мети. Результати нашого дослідження можуть бути використані в процесі аналізу фахових текстів і для впорядкування терміносистеми екомаркетингу, що полегшить комунікацію фахівців цієї сфери. Перспективним убачаємо визначення термінологічної частотності всіх термінів екомаркетингу.

Джерела та література

1. Бондар О. М. Лінгвістичні особливості німецької фахової мови екології : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / О. М. Бондар. – Київ, 2015. – 401 с.
2. Вискушенко С. А. Термінологічна насиченість текстів англійської фахової мови тваринництва [Електронний ресурс] / С. А. Вискушенко. – Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/14503/1/>
3. Вовчанська С. І. Німецька фахова мова маркетингу: структурно-семантичний, лінгвопрагматичний та функціональний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / С. І. Вовчанська. – Івано-Франківськ, 2014. – 396 с.
4. Гутиряк О. І. Англійська термінологія маркетингу: структура та семантичні характеристики : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. філол. наук : 10.02.04 / О. І. Гутиряк. – Київ, 1999. – 12 с.
5. Даниленко В. П. Лексико-семантические и грамматические особенности слов-терминов / В. П. Даниленко // Исследования по русской терминологии. – М. : Наука, 1971. – 231 с.
6. Лейчик В. М. Особенности функционирования терминов в тексте / В. М. Лейчик // Филологические науки. – 1990. – № 3. – С. 80–87.
7. Поліщук Н. Мистецька термінологічна лексика в газетному тексті (на матеріалі газет “Дзеркало тижня”, “Газета по-українськи”, “Високий замок”, “Скриня”) / Н. Поліщук // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми української термінології”. – 2012. – № 733. – С. 216–222.
8. Ріба-Гринишин О. М. Типологія лексичних одиниць німецькомовного науково-технічного тексту з нафтової промисловості / О. М. Ріба-Гринишин // Наукові праці. Серія : Філологія. Мовознавство. – 2013. – Вип. 207, т. 219. – С. 102–104.
9. Ріба О. М. Термінологічна насиченість німецьких фахових текстів з нафтової промисловості / О. М. Ріба // Вісник ЖДУ ім. І. Франка. Філологічні науки. – Житомир, 2009. – Вип. 47. – С. 216–219.
10. Саламаха М. Я. Англійська терміносистема охорони довкілля структура, семантика, прагматика : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : 10.02.04 / М. Я. Саламаха. – Львів, 2016. – 317 с.
11. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу) : монографія / Е. Ф. Скороходько. – Київ : [б. в.], 2006. – 99 с.
12. Туровська Л. В. Термінологічна лексика на сторінках періодичних видань / Л. В. Туровська // Українська мова. – 2007. – № 2. – С. 33–41.
13. Циткина Ф. А. Терминология и перевод (к основам сопоставительного терминоведения) / Ф. А. Циткина. – Львов : Вища шк., 1988. – 153 с.

References

1. Bondar, Olesya. 2015. “Linhvistychni osoblyvosti nimets'koyi fakhovoyi movy ekolohiyi.” PhD dys. Kyiv.
2. Vyskushenko, Svitlana. 2017. “Terminolohichna nasychenist' tekstiv anhliys'koyi fakhovoyi movy tvarynnytstva.” System of University Library. Accessed November 1. <http://eprints.zu.edu.ua/14503/1/>
3. Vovchans'ka, Svitlana. 2014. “Nimets'ka fakhova mova marketynhu: struktorno-semantychnyy, lnhvoprahmatychnyy ta funktsional'nyy aspekty.” PhD dys. Ivano-Frankivs'k.

4. Hutyryak, Oksana. 1999. "Anhliys'ka terminolohiya marketynhu: struktura ta semantychni kharakterystyky." Thesis PhD dys. Kyiv.
5. Danylenko, Viktoriya. 1971. "Leksyko-semantycheskye y hrammatycheskye osobennosti slov-termynov." *Yssledovanyya po russkoy terminolohiyi*, 43. Moskva: Nauka.
6. Leychuk, Vladimir. 1990. "Osobennosti funktsyonyrovanyya termynov v tekste." *Fylolohycheskye nauky*, 3: 80–87.
7. Polishchuk, Natalya. 2012. "Mystets'ka terminolohichna lekxyka v hazetnomu teksti (na materialii hazet "Dzerkalo tyzhnya", "Hazeta po-ukrayins'ky", "Vysokyy zamok", "Skrynya")." *Visnyk Nats. un-tu "L'vivs'ka politekhnika". Seriya "Problemy ukrayins'koyi terminolohiyi"*, 733: 216–222.
8. Riba-Hrynyshyn, Oksana. 2013. "Typolohiya lekxychnykh odynyt's nimets'komovnoho naukovykh tekhnichnoho tekstu z naftovoyi promyslovosti." *Naukovi pratsi. Seriya: Filolohiya. Movoznavstvo*, 207: 102-104.
9. Riba, Oksana. 2009. "Terminolohichna nasychenist' nimets'kykh fakhovykh tekstiv z naftovoyi promyslovosti." *Visnyk ZhDU im. I. Franka. Filolohichni nauky*, 47: 216–219.
10. Salamakha, Mar'yana. 2016. "Anhlovna terminosystema okhorony dovkillya struktura, semantyka, prahmatyka." PhD dys. L'viv.
11. Skorokhod'ko, Eduard. 2006. *Termin u naukovomu teksti (do stvorenyya terminotsentrychnoyi teorii naukovoho dyskursu)*. Kyiv.
12. Turovs'ka, Lyudmyla. 2007. "Terminolohichna lekxyka na storinkakh periodychnykh vydan'." *Ukrayins'ka mova*, 2: 33–41.
13. Tsytkyna, Faina. 1988. *Terminolohyya y perevod (k osnovam sopostavytel'noho termynovedenyya)*. L'viv: Vyshcha shkola.

Кушнерук Светлана. Терминологическая насыщенность англоязычных публицистических текстов экомаркетинга. В статье речь идет о терминологической насыщенности англоязычных профессиональных статей экомаркетинга. Проведен сравнительный анализ первичной и вторичной сфер функционирования терминов экомаркетинга, которые представлены соответственно статьями с научных журналов и газет.

В последнее время наблюдается значительная заинтересованность различными аспектами терминосистем, которые возникают на стыке наук. Отдельное место отводится терминосистемам экономического и экологического направления, к которым относится и терминосистема экомаркетинга. Любая терминосистема изучается в сфере фиксации и сфере функционирования, причем последнюю мы считаем более важной, ведь термин – это языковая единица, качества и свойства которой проявляются лишь в тексте. Вопрос насыщенности текста профессиональными терминами актуален потому, что термины являются основой профессиональных текстов. Под терминологической насыщенностью понимаем долю терминологических словоупотреблений всех самостоятельных слов, которая выражается в процентах. Ее определяем с помощью формулы: делением количества всех терминов в тексте на количество всех самостоятельных словоупотреблений в этих текстах и умножением результата на 100 %.

При анализе терминологической насыщенности статей все слова были разделены на четыре группы: узкоотраслевые, межотраслевые, внешнеотраслевые термины и непрофессиональную лексику, вычислено их относительную частотность и проведено сравнение их количества в журнальных и газетных текстах. Кроме того, исследование показало, что в начале текста количество терминов незначительна, и они выражают простые понятия, а частота их употребления и их сложность увеличивается с увеличением расстояния от начала текста. Сделан вывод, что терминологическая насыщенность профессиональных текстов экомаркетинга зависит от уровня научного текста, концентрации текста на узкой профессиональной проблеме, а также от стиля автора и его цели.

Ключевые слова: терминосистема экомаркетингу, терминологическая насыщенность, узкоотраслевой термин, межотраслевой термин, общенаучный термин.

Kushneruk Svitlana. Terminological Filling of English Publicistic Green Marketing Texts. The article deals with the terminological filling of English green marketing professional articles. A comparative analysis of the primary and secondary spheres of the functioning of green marketing terms is conducted in this research. These spheres of the term functioning are presented with articles from professional scientific journals and newspaper articles.

Recently, many linguists are interested in terminological issues, which arise at the joint of sciences. A separate place is given to the economic and ecological terminology, including the terminology of green marketing. Any terminology system is studied in the field of fixation and the field of functioning. We consider the last one more important, since the term is a linguistic unit which qualities and properties appear only in the text. The question of the filling of the text by professional terms is relevant because the terms are the basis of professional texts. In our research terminological filling is a fraction of terms among all used content words, which is expressed in percentage. We define it by formula, i. e. by dividing the number of all terms in the text into the number of all content words of these texts and multiplying the result by 100 %.

During the analysis of the terminological filling of the articles, all the terms were divided into four groups: interdisciplinary, interdisciplinary, general scientific terms and common everyday words, their relative frequency was calculated, and a comparison of their usage in English publicistic texts was made. In addition, the results of our research show that in the beginning of the text the number of terms is small, moreover, they express simple concepts; the frequency of their usage and their complexity increases with an increase in the distance from the beginning of the text.

Thus, the terminological filling of professional green marketing texts depends on the level of scientific text, the concentration of text on a narrow professional problem, as well as on the author's style and his purpose.

Key words: green marketing terminology system, terminological filling, in-disciplinary term, interdisciplinary term, general scientific term.

УДК 81'373'42:070]:004.77

Юрій Линник, Мар'яна Гриб

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СЕМАНТИЧНИХ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ (на прикладі семантичної пошукової системи "DuckDuckGo")

У статті описано дослідження оцінки ефективності використання семантичних пошукових систем у газетному дискурсі. Дослідження проведено на прикладі семантичної пошукової системи "DuckDuckGo". Звернено увагу на поняття семантичної пошукової системи, дискурсу, газетного дискурсу та критерії пошуку інформації в Інтернеті. Досліджено принципи видобутку лінгвістично маркованих результатів роботи семантичної пошукової системи "DuckDuckGo". Оцінювання отриманих даних проводилося згідно з відповідністю отриманої інформації критеріям пошуку інформації, серед яких виділяють релевантність, пертинентність, точність і повноту. Для здійснення аналізу змісту сучасного газетного дискурсу та проведення експерименту було обрано п'ять актуальних напрямів. Відібрано по три варіації в кожному з напрямів і, як наслідок, досліджено 15 різних запитів. Вони умовно поділені на одинарні, двокомпонентні та багатокомпонентні лексеми. Для ефективності й об'єктивності дослідження було проаналізовано перші 10 результатів пошукової видачі на кожен запит у семантичній пошуковій системі "DuckDuckGo". У роботі більш докладно описано методику проведення дослідження, а саме: сформульовано критерії пошуку та оцінки відповідності інформації. Оцінено результати видачі семантичної пошукової системи "DuckDuckGo" на кожен пошуковий запит. Для зручності аналізу отриманих результатів критерії релевантності, пертинентності й повноти були представлені у відсотковому еквіваленті. Схарактеризовано кожен критерій пошуку для різних видів запиту. Встановлено важливість критерія пертинентності в газетному дискурсі. Констатовано, що зі збільшенням довжини пошукового запиту він значно підвищується. Виявлено, що для досліджень газетного дискурсу найкращим варіантом є формулювання багатокомпонентного запиту природною мовою. Оцінено ефективність використання семантичних пошукових систем у газетному дискурсі. Доведено ефективність використання семантичної пошукової системи "DuckDuckGo" в газетному дискурсі.

Ключові слова: семантична пошукова система, пошукова система, критерії пошуку, дискурс, газетний дискурс.

Постановка наукової проблеми та її значення. Кількість інформації, яку створює світова спільнота, зростає з кожним роком. Відкритість інформаційного поля теоретично забезпечує вільний і швидкий доступ до даних. Проте, у такої загальної доступності є і зворотний бік: щоб отримати інформацію, її потрібно спочатку знайти. Незважаючи на те, що дослідження у цій сфері активно ведуть уже досить давно, ефективність сучасних систем пошуку ще далека від досконалості. В останні роки особливу увагу приділяють пошуку інформації на основі роботи з семантикою. Адже існують гіпотези, що семантичні пошукові системи здатні "розуміти" користувача й давати чітку відповідь на запит.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Структуру та принципи функціонування пошукових систем аналізували Т. Петрущенко, А. Струнгар. Принципи роботи семантичних пошукових систем вивчали А. Басіпов, О. Демич, Д. Гриньов Серед зарубіжних дослідників, які досліджували питання різних підходів до роботи пошукових систем, назвемо Т. Джона, Р. Гуху.

Мета і завдання статті – проаналізувати результати роботи семантичної пошукової системи "DuckDuckGo" й установити ефективність їх використання в газетному дискурсі.

Завдання статті полягає в дослідженні принципів видобутку лінгвістично маркованих результатів роботи семантичної пошукової системи "DuckDuckGo".

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Семантичний пошук – це технологія покращення пошуку завдяки розумінню намірів користувача й контексту пошуку, що дозволяє створювати пошукові запити близькі до питань, які задаються природною мовою [9].

Семантичний пошук визначаємо як пошук інформації на основі мети шукача та контекстного значення термінів пошуку, а не залежно від словникового значення окремих слів у пошуковому запиті [9].

Принцип роботи семантичного пошуку вперше був продемонстрований у 2003 році. Він виник з семантичної мережі, яка базується на онтологіях. У сфері наук про інформацію та обчислювальну техніку онтологія спочатку означає інформаційну структуру і набір фактів, що представляють собою систему знань [8].

Отже, ми можемо констатувати, що семантичний пошук – це не просто контекстний пошук або пошук, базований на значенні запиту. Він також містить кілька інших чинників. Розумна пошукова система враховує чимало чинників, щоб забезпечити найбільш актуальні та корисні пошукові запити, зокрема:

1. Поточні тенденції.
2. Місцезнаходження користувача.
3. Мета пошуку.
4. Варіації слів у семантичному пошуку (семантичний пошук має передбачити лінгвістичні особливості слів).
5. Синоніми та семантичний пошук.
6. Загальні та спеціалізовані запити (семантична пошукова система повинна встановлювати зв'язок між загальними та спеціалізованими запитами і надавати відповідні результати).
7. Відповідність концепції (семантичний пошук повинен розуміти широке поняття запиту та повертати відповідні результати).
8. Природна мова при запитах [9].

Пошук достовірної інформації в мережі Інтернет потребує багато часу та зусиль, адже в сучасному інтернет-просторі є безліч сайтів із неправдивою, неповною та незмістовною інформацією. Дуже часто інформація повторюється. Є сайти, де до редагування інформації мають доступ усі користувачі. Тому потрібно завжди перевіряти отриману інформацію, зокрема на відповідність таким критеріям, як *релевантність*, *пертинентність*, *точність* і *повнота*.

Під *релевантністю* (англ. *relevance*) ми будемо розуміти міру відповідності отриманого результату бажаному. Нерелевантний документ – документ, що був відібраний у результаті інформаційного пошуку, але зміст якого не відповідає запиту користувача [6].

Пертинентність – це відповідність знайдених інформаційно-пошуковою системою документів інформаційним потребам користувача незалежно від того, наскільки повно і як точно ця інформаційна потреба виражена в тексті інформаційного запиту [4, с. 48].

Щодо *точності*, то це заданий ступінь наближення даних, що подають певну інформацію, до об'єктивно наявної, тобто істинної, інформації. У різних галузях діяльності людей, як правило, визначені необхідні або допустимі рівні точності інформації для різноманітних технічних, економічних та інших показників, функцій управління тощо. Неточна інформація може призвести до серйозних помилок у прийнятті рішень [7].

Повнота інформації – це показник, який указує на міру достатності отриманих даних для вирішення того чи того завдання. Він дуже відносний, оскільки оцінюється по тому, наскільки ця інформація може допомогти при вирішенні тієї чи тієї проблеми. Якщо інформації достатньо для прийняття правильного рішення – вона повна. Якщо ні, то її використання не принесе очікуваного ефекту [3].

Підсумовуючи сказане вище, зазначимо, що використання всіх критеріїв пошуку є необхідністю, якщо користувач хоче досягти максимально ефективного результату. *Релевантність*, *пертинентність*, *точність* і *повнота* пошуку є взаємопов'язаними та при роботі вони доповнюють один одного.

Особливої актуальності питання пошуку набувають у медійному просторі, що в категоріях лінгвістики утворює медійний дискурс. Під *медійним дискурсом* будемо розуміти специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, яка характерна виключно для інформаційного поля мас-медіа [2, с. 151]. Медіадискурс є діяльністю, що проводиться суб'єктами масової комунікації, саме тому він умотивований певною метою, залежно від якої набуває специфічного змісту. Можливими цілями медіадискурсу є: опис-пояснення, регулювання дійсності адресатів, вплив на свідомість адресатів, оцінка дійсності, прогнозування стану справ тощо [5, с. 18].

Серед підтипів медійного дискурсу виділяють газетний дискурс, який характеризується розривом у просторі й часі автора та читача. Тому, на відміну від звичайної комунікації, газетний текст стає більш широким, він має викласти все до кінця, не спираючись на можливі запитання читача, тому що їх фізично не може бути. Газетний дискурс є публічним, тому внормованість його дуже велика [1].

У сучасному світі велика кількість людей у ході інформаційної пошукової діяльності звертається саме до газет та журналів. Вони посідають одне з перших місць серед ресурсів отримання нової інформації, люди довіряють цій інформації, вважаючи її певною мірою достовірною та об'єктивною. Саме тому, ми вважаємо за доцільне провести наше дослідження в контексті газетного дискурсу. Це дозволить нам оцінити наскільки ефективними є у контексті вищесказаного семантичні пошуковики, зокрема семантична пошукова система "DuckDuckGo".

Здійснивши аналіз змісту сучасного газетного дискурсу, нами для проведення експерименту було обрано п'ять актуальних напрямів. Ми відібрали по три варіації в кожному із напрямів. Відтак досліджено 15 різних запитів. Наші запити можна умовно поділити на:

1) одинарні лексеми (*migration, terrorism, sanctions, warming, war*);

2) двокomпонентні лексеми (*migration in Europe, terrorism in Germany, European Union sanctions, global warming, Civil War*);

3) багатокomпонентні лексеми (*the causes of the migration crisis in Europe, why are there terrorist attacks in Germany, how effective are European Union sanctions against Russia, what are the consequences of global warming, what caused the Civil War in Syria*).

Для ефективності й об'єктивності дослідження було проаналізовано перші 10 результатів пошукової видачі на кожен запит у семантичній пошуковій системі "DuckDuckGo" (див. рис. 1). Загальна сума пошукових запитів становила 150.

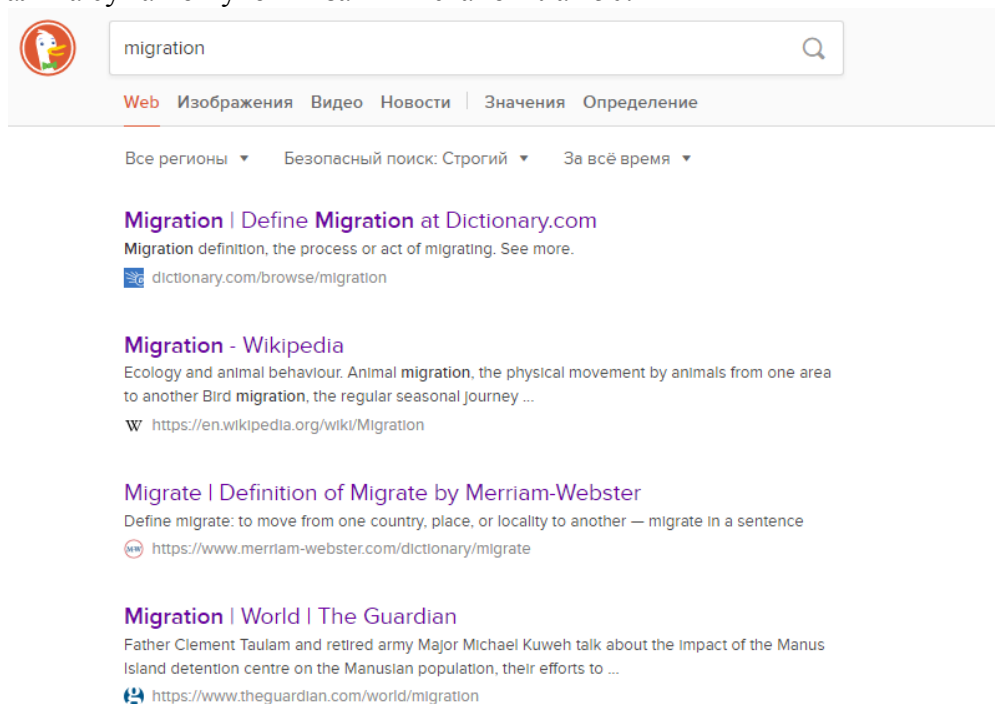


Рис. 1. Результат пошуку в системі "DuckDuckGo"

Вважаємо за доцільне більш докладно описати методику проведення дослідження. Передусім сформулюємо критерії пошуку й оцінки відповідності інформації.

Як уже згадувалося вище, *релевантність* – це відповідність інформації запиту користувача. Тобто отриманий результат відображає лише формальну відповідність тому, що зазначалося в пошуковому запиті. У нашому дослідженні інформація буде вважатися релевантною, якщо отримане посилання буде точно повторювати запит (дозволяється похибка на прийменники).

Пертинентність – це відповідність інформації намірам користувача. Це означає, що отримані результати повністю задовільняють наші потреби. Оскільки наше дослідження відбувається в контексті газетного дискурсу, то інформація буде відповідати цьому критерію, якщо вона виконана в газетному дискурсі. Тобто ми вирахуємо кількість посилань на онлайн-газети та журнали із загальної кількості проаналізованих результатів на кожен запит.

Критерій *точності* означає об'єктивно наявну, правдиву, істинну інформацію. Проте, для визначення цього критерія потрібно знати всі аспекти кожного з обраних нами напрямів аналізу. Крім того, у галузі газетного дискурсу це зробити практично неможливо, тому коефіцієнт точності в нашому аналізі буде визначатися як відношення знайдених посилань, які відповідають критерію релевантності, до проаналізованих нами запитів (для кожного з видів запиту ця сума становитиме 50). Отримані дані будуть означати точність отриманої інформації на конкретні запити.

Критерій *повноти* означає міру достатності отриманої інформації для її усвідомлення, розуміння та об'єктивного сприйняття. Цей критерій буде визначатися серед газетних статей, що відповідають критерію пертинентності. Інформація буде вважатися повною, якщо вона в повній мірі розкриває суть поняття з запиту та є достатньою для вирішення того чи того завдання.

Для зручності аналізу отриманих результатів критерії *релевантності*, *пертинентності* та *повноти* були представлені у відсотковому еквіваленті.

Отже, під час проведення нашого дослідження ми отримали такі результати. На запити з одинарними лексемами (*migration, terrorism, sanctions, warming, war*) система видала нам 9, 10, 10, 9, 10 релевантних запитів відповідно. У сумі це становить 48. Для представлення даних у відсотковому еквіваленті необхідно обчислити відношення отриманих результатів до кількості проаналізованих ресурсів:

$$\frac{48}{50} = 0,96 = 96 \%$$

Отже, інформація на запити з одинарними лексемами відповідає критерію релевантності на 96 %.

Ще одним критерієм є *пертинентність*. Для її оцінки ми використали кількість згенерованих системою елементів газетного дискурсу, що становить 2, 1, 1, 1, 0 відповідно до вищевказаних одинарних лексем. Представимо цей результат у відсотковому еквіваленті:

Коефіцієнт критерію точності визначається відношенням знайдених посилань, які відповідають критерію релевантності, до проаналізованих запитів:

$$\frac{48}{50} = 0,96.$$

Щодо критерію *повноти*, то він становить 2, 1, 1, 1, 0, що дає у сумі 5. Для представлення даних у відсотковому еквіваленті необхідно обчислити відношення цієї суми до суми критерію пертинентності:

Аналогічно оцінюємо показники отриманої інформації для запитів з двокомпонентними та багатоконпонентними лексемами. Результати нашого дослідження вважаємо за доцільне представити у вигляді таблиці (див. табл. 1).

Таблиця 1

Результати оцінки ефективності використання семантичної пошукової системи “DuckDuckGo” в газетному дискурсі

Вид запитів	Критерії пошуку інформації			
	Релевантність	Пертинентність	Коефіцієнт точності	Повнота
Одинарні лексеми	96 %	10 %	0,96	100 %
Двокомпонентні лексеми	64 %	44 %	0,64	95 %
Багатокомпонентні лексеми	16 %	68 %	0,16	74 %

Аналіз отриманих результатів дозволяє зробити нам висновок, що найвищий показник за критерієм *релевантності*, *точності* й *повноти* демонструють одинарні лексеми. Це пояснюємо тим, що знайти відповідник до одного слова значно простіше, ніж передати зміст цілого речення.

Проте, картина кардинально змінюється з використанням двокомпонентних, а особливо багатокомпонентних запитів. За критерієм *пертинентності* ми отримали відповідно 44 % збігів за змістом із досліджуваної пошукової видачі для двокомпонентних та 68 % для багатокомпонентних. Це демонструє, що зі збільшенням довжини пошукового запиту система починає “краще розуміти” користувача і видає посилання, які більшою мірою відповідають кінцевим цілям пошукової діяльності.

За критерієм *релевантність* ми отримали 64 % збігів за запитом для двокомпонентних та 16 % для багатокомпонентних запитів. Тобто, система не знайшла чіткого збігу запиту, але, як ми бачимо з показників інших критеріїв, інформація задовільняє потреби користувача. Це означає, що інформація в середині посилання не завжди відповідає заголовку статті.

Коефіцієнт *точності* становить 0,96, 0,64 та 0,16 для одинарних, двокомпонентних та багатокомпонентних запитів відповідно.

Оцінка критерію *повноти* показала досить високі результати для всіх типів запиту. Потрібно зважати на той факт, що ми вираховували його лише серед пертинентних запитів, як відношення посилань з повною інформацією до всіх пертинентних. А відсоток критерію пертинентності найвищий для багатокомпонентних запитів.

Отже, оскільки наше дослідження відбувається в галузі газетного дискурсу, то найважливішим для нас є саме критерій *пертинентності*. Ми бачимо, що зі збільшенням довжини пошукового запиту він значно підвищується. Це означає, що семантична пошукова система справилася з поставленим завданням.

Варто констатувати, що для досліджень газетного дискурсу найкращим варіантом є формулювання багатокомпонентного запиту природною мовою. Саме тоді семантична пошукова система зможе здійснити аналіз змісту пошукового запиту та згенерувати найбільшу кількість посилань у відповідь на цільовий пошуковий запит. У контексті нашого дослідження це онлайн газети та журнали.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Проведене дослідження показало, що семантична пошукова система “DuckDuckGo” справилася з поставленим завданням. Це означає, що система справді використовує семантику в своєму пошуковому алгоритмі та показує доволі непогані результати. Як наслідок, це дозволяє значно покращити результати пошуку. Отже, у ході дослідження семантичної пошукової системи “DuckDuckGo” в газетному дискурсі було доведено ефективність її використання в газетному дискурсі.

Для отримання статистично достовірних результатів вважаємо за доцільне дослідити ефективність роботи інших семантичних пошукових системах у газетному дискурсі.

Дж ерела та література

1. Газетний дискурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://studfiles.net/preview/5484809/page:30/>
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – М. : УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с.
3. Повнота інформації – це що означає? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://urok.pp.ua/serednya-osvta/883-povnota-nformacyi-ce-scho-oznachaye.html>
4. Словарь по кибернетике / под ред. акад. В. С. Михалевича. – 2-е. – Киев : Глав. ред. Укр. Совет. Энцикл. им. М. П. Бажана, 1989. – 751 с.

5. Соболева І. О. Знижені (позалітературні) мовні засоби в сучасному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / І. О. Соболева. – Сімферополь, 2002. – 20 с.: 18
6. Тлумачний словник з інтелектуальної власності. Основні терміни: понад 2000 термінів / уклад. : М. Д. Гінзбург, Л. М. Дунаєвський, І. О. Требульова та ін. ; за заг. ред. А. А. Рудника. – Харків, 1999. – 560 с.
7. Якісні і кількісні характеристики інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.com.ua/1_50298_vlastivosti-informatsii.html
8. Guha R., McCool R.; Miller E. (May 24, 2003). Semantic Search // WWW2003. – 2012. – Retrieved July 13.
9. John T. (March 15, 2012). "What is Semantic Search?" // Techulator. – 2012. – Retrieved July 13.

References

1. *Hazetniy diskurs* [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://studfiles.net/preview/5484809/page:30/>
2. Dobrosklonskaia, T. G. 2005. *Voprosy Izucheniiia Mediatekstov. Opyt Issledovaniia Sovremennoi Angliyskoi Mediarechi*. Moskva: URSS Editorial.
3. *Povnota Informatsii – tse shcho Oznachaie?* [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://yrok.pp.ua/serednya-osvta/883-povnota-nformacyi-ce-scho-oznachaye.html>
4. *Slovar po Kibernetike*. 1989. Kiyev : Glav. red. Ukr. Sovet. Entsikl. im. M. P. Bazhana.
5. Sobolieva, I. O. 2002. *Znyzheni (pozaliteraturni) Movni Zasoby v Suchasnomu Publitsystichnomu Diskursi*. Simferopol.
6. *Tlumachnyi Slovnyk z Intelektualnoi Vlasnosti. Osnovni Terminy: Ponad 2000 Terminiv*. 1999. Kharkiv.
7. *Yakisni i Kilkisni Kharakterystyky Informatsii* [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : http://studopedia.com.ua/1_50298_vlastivosti-informatsii.html
8. Guha, R. and McCool, R. and Miller, E. 2012. "Semantic Search". In *WWW2003*.
9. John, T. 2012. "What is Semantic Search?". In *Techulator*.

Линник Юрий, Гриб Марьяна. Оценка эффективности использования семантических поисковых систем в газетном дискурсе (на примере семантической поисковой системы "DuckDuckGo"). В статье описано исследование оценки эффективности использования семантических поисковых систем в газетном дискурсе. Исследование проведено на примере семантической поисковой системы "DuckDuckGo". Обращено внимание на понятие семантической поисковой системы, дискурса, газетного дискурса и критерии поиска информации в Интернете. Исследованы принципы добычи лингвистически маркированных результатов работы семантической поисковой системы DuckDuckGo. Оценка полученных данных проводилась согласно соответствия полученной информации критериям поиска информации, среди которых выделяют релевантность, пертинентность, точность и полноту. Для осуществления анализа содержания современного газетного дискурса, для проведения эксперимента были выбраны пять актуальных направлений. Было отобрано по три вариации в каждом из направлений и, таким образом, было исследовано 15 различных запросов. Они условно разделены на одинарные, двухкомпонентные и многокомпонентные лексемы. Для эффективности и объективности исследования были проанализированы первые 10 результатов поисковой выдачи на каждый запрос в семантической поисковой системе "DuckDuckGo". В работе более подробно описана методика проведения исследования, а именно: сформулированы критерии поиска и оценки соответствия информации. Оценены результаты выдачи семантической поисковой системы DuckDuckGo на каждый поисковый запрос. Для удобства анализа полученных результатов, критерии релевантности, пертинентности и полноты были представлены в процентном эквиваленте. Проанализированы каждый критерий поиска для различных видов запроса. Установлена важность критерия пертинентности в газетном дискурсе. Констатировано, что с увеличением длины поискового запроса он значительно повышается. Выявлено, что для исследований газетного дискурса лучшим вариантом является формулировка многокомпонентного запроса на естественном языке. Оценена эффективность использования семантических поисковых систем в газетном дискурсе. Доказана эффективность использования семантической поисковой системы "DuckDuckGo" в газетном дискурсе.

Ключевые слова: семантическая поисковая система, поисковая система, критерии поиска, дискурс, газетный дискурс.

Lynnyk Yuriy, Hryb Mariana. Evaluation of the Efficiency of the Use of Semantic Search Engines in the Newspaper Discourse (Using the Example of the Semantic Search System DuckDuckGo). The article describes the study of the effectiveness of the use of semantic search systems in the newspaper discourse. The research was conducted on the example of the semantic search engine DuckDuckGo. The attention is paid to the notion of semantic search system, discourse, newspaper discourse and criteria for searching information on the Internet. The principles of extraction of linguistically marked results of semantic search engine DuckDuckGo are investigated. The evaluation of the received data was carried out in accordance with the received information to the criteria for the search of information, among which the relevance, pertinence, accuracy and completeness are distinguished. To carry out an analysis of the content of contemporary newspaper discourse, 5 actual directions were selected for the experiment. Three variations were selected in each of the directions, and thus, 15 different requests were examined. They are conventionally divided into single tokens, two-component tokens and multi-component tokens. For the effectiveness and objectivity of the study, the first 10 search results were analyzed for each query in the semantic search engine DuckDuckGo. The article describes in more detail the methodology of conducting the research, namely the formulation of the criteria for the search and evaluation of

the conformity of information. The results of issuing of semantic search engine DuckDuckGo for each search query are evaluated. For ease of analysis of the obtained results, the criteria of relevance, pertinence and completeness were presented in percentage equivalents. Each search criterion for different query types is analyzed. The importance of the criterion of pertinency in the newspaper discourse is established. It is stated that with an increase in the length of the search query it is significantly increased. It was found that for the research of newspaper discourse the best option is to formulate a multicomponent query in the natural language. The effectiveness of using semantic search systems in the newspaper discourse is evaluated. The effectiveness of using the DuckDuckGo semantic search engine in the newspaper discourse is proved.

Key words: semantic search engine, search system, search criteria, discourse, newspaper discourse.

УДК 811.111'33:003+811.111'37

Тетяна Лісінська, Тетяна Врона

ЕТИМОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРМІНІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

З другої половини XX і початку XXI століття туризм став невід'ємною частиною життя суспільства, однією з найбільш прибуткових і динамічних галузей економіки. Завдяки змінам, які відбулися в суспільстві під впливом туризму, він отримав назву соціокультурного феномену XX століття. Вихід туризму в лідерські позиції в економіці й суспільстві привернув увагу багатьох фахівців з різних галузей знань.

За останні роки туризм зазнав однієї з найбільших змін, в ньому задіяні тисячі людей, а також найсучасніші технології і засоби комунікації. Найбільш затребувана сфера комунікації – туризм.

Поширення туризму в усьому світі стимулювало використання англійської мови в різних країнах, де через історичні, культурні й економічні чинники вона фактично діє як лінгва-франка. Широке поширення англійської мови вплинуло на інші мови, які почали запозичувати величезну кількість термінів, притаманних саме цій мові. Наприклад, такі слова, як *camping, check-in, booking, all inclusive, shop-tour, diving* зазвичай використовують у декількох мовах, зокрема й українській.

У цій статті викладено основні аспекти вивчення англійської туристичної термінології, зокрема, функціональний. Також розглянуто етимологію термінів “туризм” та “турист” в історичній ретроспективі, досліджено організацію термінологічного лексико-семантичного поля і його відносний розподіл на п'ять мікрополів, які характерні для термінів сфери туризму.

Ключові слова: туризм, терміни, термінологія, термінологічні знання, лінгвістика.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасний стан розвитку лінгвістики характеризується глибоким інтересом до опису підмов, що обслуговують певні професійні сфери. Проблему термінів міжнародного туризму вивчають В. В. Прима, В. В. Ліпінська та Л. Й. Семенюк. При ознайомленні з тематикою наукових праць, присвячених лінгвістичному опису туристичної галузі, було виявлено незначну кількість робіт, у яких висвітлено проблеми формування туристичної лексики та досліджено туристична термінологія з позиції когнітивного, формально-структурного та дискурсивного підходів на базі порівняння англійської та російської мов (Т. І. Шипуліна, Є. В. Мошняга, Е. Т. Белан, Л. В. Виноградова). Це засвідчує те, що лексика міжнародного туризму вивчена недостатньо, що і визначило вибір англійської лексики туризму *об'єктом дослідження. Предметом дослідження* є аналіз особливостей розвитку, функціонування туристичної лексики в англійській мові.

Мета статті – описати історію виникнення та функціонування англійських термінів туризму.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Сфера надання туристичних послуг в Україні значною мірою орієнтована на використання словникової бази, запозиченої з інших мов. Через низку причин історичного та соціального характеру в професійній сфері туризму найуживанішою є англійська мова. Вивчення лексики індустрії туризму в англійському мовознавстві становить інтерес і для лінгвістів, і для фахівців туристичного бізнесу, оскільки все більша диференційованість професійної діяльності висуває підвищені вимоги до рівня та якості підготовки спеціалістів цієї сфери. Відтоді як

туризм став окремою галуззю економіки, виникла потреба виділити пласт лексичних одиниць у самостійну термінологічну систему.

Протягом останніх років туризм зазнав найбільшого розвитку, забезпечуючи тисячі людей роботою, а також використовуючи найсучасніші технології та засоби комунікації. Поширення туризму по всьому світу сприяло використанню англійської мови в зарубіжних країнах, де, завдяки історичним, культурним та економічним чинникам, вона фактично виступає як *lingua franca*. Ця велика дифузія англійської мови вплинула на інші мови, які почали запозичувати з неї величезну кількість термінів. Наприклад, такі слова, як *camping*, *check-in*, *booking* (кемпінг, реєстрація, бронювання) найчастіше використовуються у багатьох мовах, включаючи українську.

Отже, можна стверджувати, що туристична сфера дозволила розробити добре структуровану та потужну мову, здатну впоратися з її різноманітними аспектами та функціями. Великі можливості англійської мови також пов'язані з високим рівнем реєстру, який використовують у туристичних текстах, що поєднує елементи, що складаються як з повсякденної, так і спеціалізованої мов.

Питання про те, чи мову туризму повинні розглядати як спеціальну мову чи ні, все ще суперечлива. З одного боку, у мові туризму є багато спільного з повсякденною мовою, оскільки люди не потребують високого рівня спеціалізації, щоб зрозуміти її. З іншого боку, люди зазвичай погоджуються з тим, що вони використовують дуже особливий тип комунікації.

Мова туризму фактично поєднує в собі елементи, взяті з повсякденної мови, а також компоненти, що стосуються спеціалізованих. З цього погляду можна стверджувати, що мову туризму слід розглядати як спеціалізований дискурс, оскільки останній становить собою лексичні, фонетичні, морфосинтактичні й текстові ресурси загальної мови, які зазвичай використовують при побудові спеціалізованих текстів, зокрема і тих, які провадять рекламу та популяризацію туризму.

Мова туризму має в основному два різних рівня вираження: по-перше, це високоспеціалізований дискурс, прийнятий фахівцями, які використовують його у професійній діяльності. Як наслідок, такий тип мови полягає в конкретних виразах і кодифікованих текстових жанрах. По-друге, коли мову туризму використовують фахівці та неспеціалісти, вона схожа на повсякденну мову.

Термінологія, будучи частиною загальнолітературної лексики і значною мірою беручи виток із загальнолітературної лексики, не може ізолюватися від законів і процесів її розвитку і функціонування.

Досліджувана термінологія має відкритий характер, що зумовлено високою мірою популярності такої сфери людської діяльності, як міжнародний туризм, і, як наслідок, перетворенням її на дуже розгалужену і перспективну народногосподарську галузь.

Сам термін туризм з'явився у Франції у XVIII ст. Дослівно, у перекладі з французької мови означає “мандрівка заради задоволення”. Відповідно, турист – це людина, яка мандрує.

Існує “англійська” версія походження слова туризм: книга “Anecdotes of English language”, яка вийшла на початку XIX ст., називає мандрівника “туристом”. Тоді ж у Франції виходить друком словник французької мови, який уже подає визначення туризму. Французький письменник Ф. Стендаль, видавши у 1838 році “Спогади туриста” (“Memoires d'un touriste”), остаточно зафіксував слово турист за мандрівником. Згодом, у другій половині XIX ст., слово туризм увійшло до мов багатьох народів світу. Німецькою мовою термін Tourist означає “відпочинок під час подорожі”. Німці також вживають слово Bergsteiger – людина, що крокує горами. Італійською мовою термін turismo трактується, як “мандрівка з цікавості”. Звідси турист – turista.

Цікавим доробком сучасних досліджень є періодизація появи туристичних термінів в англійській мові з розвитком туризму як галузі завдяки технічно-економічним, соціальним чинниками та цільовим функціям туризму, що складається з таких етапів:

1) праобраз туристичної діяльності (епоха античності – початок XIX століття) – основними мотивами подорожей була торгівля, паломництво, лікування, освіта; термінологія ту-

ризму передбачала номінації засобів пересування та проживання, що позначалися лексичними одиницями із літературної мови (*carriage, board, excursion, hotel, resort*);

2) початок розвитку масового туризму (XIX століття) – закладення основ матеріально-технічної бази, методів роботи та управління туризмом; поява термінів *tourism, tourist* та номінацій, пов'язаних з посередницькими послугами турбюро, перевезенням, проживанням та харчуванням (*booking, transit, maitre d'hotel, a la carte, buffet*);

3) масовий конвеєрний туризм (початок XX століття – кінець Другої світової війни) – динамічний розвиток транспортних послуг та готельного бізнесу призвів до появи низки відповідних термінів (*airline, airport, motel, receptionist, room-service*);

4) масовий диференційований туризм (кінець Другої світової війни – до наших днів) – характеризується розмаїттям туристичних послуг, спрямованих на задоволення індивідуальних вимог туриста, що знайшло своє відображення в туристичній термінології (*nostalgic tourism, rural tourism, flotel, honeymoon suite, American plan, last minute tour*) [1].

Крім цього, автори сучасних розвідок відзначають, що англомовна термінологія туризму перебуває на етапі наукового осмислення [2], розвивається та прагне до закінчення свого формування, що також підкреслює актуальність обраної теми нашого дослідження.

Однією з найяскравіших рис мови туризму є те, що вона послуговується іншими семантичними полями, що належать до різних спеціалізованих мов. Дискурс туризму послуговується спеціальною лексикою таких сфер, як економіка, географія, історія мистецтва, кухня, дизайн, готельне господарство, обслуговування та транспорт. Це пов'язано з тим, що в широкому спектрі галузей, що формують туризм, входять туристичні агенції, готелі, ресторани, транспортні засоби, музеї, література, реклама тощо.

Проведений тематичний аналіз англомовної туристичної термінології уможливив виокремлення в її структурі п'яти мікрополів, що відображають наявні підгалузі в сфері туризму, а саме: “організація туризму”, “організація проживання”, “організація перевезення”, “організація харчування”, “організація дозвілля”. Водночас ці мікрополя містять певну кількість лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ), які об'єднують термінологічні одиниці за більш специфічними тематичними ознаками. Відтак структура термінологічного поля “туризм” ґрунтується на гіперо-гіпонімічних відношеннях між його конституентами.

Мікрополе “організація туризму” охоплює базові поняття туризму та складається з п'яти ЛСГ: 1) ЛСГ “учасники туризму” (*tourist, host, tour operator, guide, animator*); 2) ЛСГ “види туризму” (*gastronomic tourism, lastminute tour, all-expense tour*); 3) ЛСГ “організаційні процедури” (*booking, tour cancellation, meet and greet*); 4) ЛСГ “туристична документація” (*visa, voucher, traveler's cheque, accident insurance*); 5) ЛСГ “реклама туристичних послуг” (*travel catalogue, travel fair*).

Мікрополе “організація проживання” також містить п'ять ЛСГ та об'єднує терміни, які стосуються певних нюансів розміщення туристів: 1) ЛСГ “типи готелів” (*flotel, boutique hotel, hostel*); 2) ЛСГ “типи номерів” (*single room, suite, family suite*); 3) ЛСГ “готельні процедури” (*check in, early arrival, late check-out*); 4) ЛСГ “готельні послуги” (*room service, wake up call, transfer*); 5) ЛСГ “типи розміщення” (*bed and breakfast, half board, American plan, European plan*).

Мікрополе “організація перевезення” поділяється на підгрупи залежно від застосованого виду транспорту: 1) ЛСГ “повітряне перевезення” (*domestic flight, baggage claim, charter*); 2) ЛСГ “наземне перевезення” (*car rental, parking lot, buffet car*); 3) ЛСГ “водне перевезення” (*cruise liner, outside cabin*).

Мікрополе “організація харчування” містить дві підгрупи: 1) ЛСГ “типи закладів харчування” (*singles bar, drive-in restaurant*); 2) ЛСГ “типи харчування” (*American breakfast, English breakfast, brunch*).

Мікрополе “організація дозвілля” охоплює лексичні одиниці, пов’язані із видом відпочинку: 1) ЛСГ “активний відпочинок” (*diving, bungee-jumping, water skiing*); 2) ЛСГ “пасивний відпочинок” (*animation, variety show, spa*).

Ще одна важлива особливість спеціалізованих мов – відсутність емоційної конотації. Проте на відсутність емоцій можна натрапити в тексті, який є лише інформативним. А мета туристичного тексту – переконати, зацікавити, а не тільки проінформувати, тому використана лексика зазвичай є виразною та оцінною, і вона часто висвітлює позитивні риси запропонованих місць відпочинку та наданих послуг. Ось деякі приклади такого виду висловлювань:

unique setting for meetings / welcoming atmosphere / picturesque valley / tastefully decorated rooms / friendly staff / delicious restaurants / idyllic location / stunning views / ideal setting for... (унікальне місце для зустрічей / привітна атмосфера / мальовнича долина / зі смаком оформлені номери / доброзичливий персонал / смачні ресторани / ідилічне місце / приголомшливий вид / ідеальне місце для ...)

Для того, щоб передати ідилічні погляди на пропаговані місця відпочинку, переконувальні вирази часто містять “*emphasisers*” і найвищий ступінь порівняння, як у наступних прикладах:

the most luxurious accommodation / very special interest in our Guests / completely renovated rooms / the most attentive service (найрозкішніші номери / особливий інтерес до наших гостей / повністю реконструйовані номери / найбільш уважне обслуговування)

Однією з особливостей, які відрізняють спеціалізований дискурс, є “дотримання норм, що регулюють побудову його різних текстових жанрів”. Тип спеціалізованого тексту та його структура, як правило, тісно пов’язані, оскільки текстовий жанр не тільки має загальну прагматичну функцію, але також впливає на всі текстові риси та їх концептуальний та риторичний розвиток, що, в свою чергу, впливає на вибір лінгвістичних засобів. У сфері туризму основними жанрами є туристичні довідники та путівники, статті в журналах та журнали, брошури та рекламні матеріали в цілому, маршрути та професійна кореспонденція.

У статті ми зосередимо увагу на рекламних матеріалах готелю, що мають на меті переконати, оскільки їх метою є залучення мандрівників та заохочення їх до придбання туристичних продуктів, таких як проживання в готелі.

Текстові жанри, характерні для дискурсу туризму, дуже кодифіковані, що збільшує семантико-концептуальну узгодженість і прозорість. Тексти складаються зі стандартизованих частин, наприклад, типовий опис готелю зазвичай містить такі розділи:

- 1) назва готелю;
- 2) загальний вигляд та місце розташування;
- 3) опис кімнат;
- 4) приміщення та послуги;
- 5) кухня;
- 6) спорт та розваги.

Наприклад, веб-сайт готелю може надати туристам велику кількість корисних послуг, таких як: можливість забронювати номер в Інтернеті, перевірити наявність і ціни, дати можливість прочитати та побачити основні особливості готелю завдяки детальному опису та фотографіям. З огляду на такий стан справ, клієнти стають усе більш вимогливими при пошуку інформації, і саме тому для успішного просування туризму необхідно враховувати різні аспекти попиту та прийняти конкретні стратегії для удосконалення мовного стилю, змісту й компонування, роль яких полягає в залученні клієнтів та переконання їх забронювати відпочинок саме в цьому місці. Тому презентація певного типу проживання не означає просто “опис”, а також своєрідне переконання або промоція, які фокусується на стратегічних мовних і культурних елементах, оскільки вони зачаровують мандрівників та визначають успіх самої реклами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сфера туризму й надалі розвиватиметься, тому потреба в упорядкуванні туристичної термінології та оптимізації її понятійного

апарату зростатиме. Термінологічні знання вже зараз потрібні людям багатьох професій – лінгвістам, перекладачам, редакторам, викладачам, спеціалістам туристичної галузі.

Джерела та література

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Г. Агафонова. – Київ : Знання України, 2002. – 227 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Изд. 4-е, стереотип. – М. : Ком-Книга, 2007. – 576 с.
3. Винокур Г. О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии / Г. О. Винокур // Труды Моск. ин-та истории, философии и литературы : сб. ст. по языковедению. – М., 1939. – Т. 5. – С. 3–54.
4. Кубрякова Е. С. Основы морфологического анализа / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 320 с.
5. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О. О. Селіванова. – Київ : Фітосоціоцентр, 1999. – 148 с.

References

1. Ahafonova, L. H. 2002. *Turyzm, hotel'nyy ta restorannyy biznes: tsinoutvorenniya, konkurenciya, derzhavne rehulyuvannya*. Kyiv: Znannya Ukrainy.
2. Akhmanova, O. S. 2007. *Slovar' linyvystycheskykh terminov*. Yzd. 4-e, stereotipnoe. Moskva: Kom-Knyha.
3. Vynokur, H. O. 1939. "O nekotorykh yavleniyakh slovoobrazovaniya v russkoy tekhnicheskoy terminologiyi". *Trudy Mosk. un-ta ystoriyy, fylosofyy y lyteratury : sbornyk statey po yazykovedenyuu*. Moskva, 5:3–54.
4. Kubryakova, E. S. 1974. *Osnovy morfologicheskogo analiza*. Moskva: Nauka.
5. Selivanova, O. O. 1999. *Aktual'ni napryamy suchasnoyi linyvistyky (analitychnyy ohlyad)*. Kyiv Fitosotsiotsentr.

Лисинская Татьяна, Врона Татьяна. Этимология и функционирование терминов сферы туризма. Co второй половины двадцатого и начала XXI века, туризм стал неотъемлемой частью жизни общества, одной из наиболее прибыльных и динамично развивающихся отраслей экономики. Благодаря изменениям, которые произошли в обществе под влиянием туризма, он получил название социокультурного феномена двадцатого века. Выход туризма в лидерские позиции в экономике и обществе привлек внимание многих специалистов из разных областей знаний.

За последние годы туризм претерпел одни из самых больших изменений, в нем задействованы тысячи людей, а также самые современные технологии и средства коммуникации. Одной из наиболее востребованных сфер коммуникации является туризм.

Распространение туризма во всем мире стимулировало использование английского языка в разных странах, где из-за исторических, культурных и экономических факторов он фактически действует как лингва-франка. Широкое распространение английского языка повлияло на другие языки, которые начали заимствовать у него огромное количество терминов. Например, такие слова, как *camping, check-in, booking, all inclusive, shop-tour, diving* обычно используются в нескольких языках, в том числе и в украинском.

В данной статье излагаются основные аспекты изучения английской туристической терминологии, в частности, функциональной. В статье также рассматривается этимологию терминов "туризм" и "турист" в исторической ретроспективе, исследуется организация терминологического лексико-семантического поля и его относительное деление на пять микрополей, которые характерны для терминов сферы туризма.

Ключевые слова: туризм, сроки, терминология, терминологические знания, лингвистика.

Lisinska Tetiana, Vrona Tetyana. Etymology and Functioning of Terms of the Tourism Sphere. From the second half of the twentieth and beginning of the twenty-first century, tourism has become an integral part of society's life, one of the most profitable and dynamically progressing branches of the economy. For changes that took place in a society under the influence of tourism, it received the name of the socio-cultural phenomenon of the twentieth century. The emergence of tourism in leadership positions in the economy and society attracted the attention of many specialists from different fields of knowledge.

Over recent years, tourism has undergone some of the greatest development, employing thousands of people, as well as the most up-to-date technologies and means of communication. The spread of tourism all over the world has encouraged the use of English in foreign countries where, due to historical, cultural and economic factors, it actually acts as a lingua franca. This great diffusion of the English language has affected the other languages, which have started borrowing a dhuge number of terms from it. For instance, words such as *camping, check-in and booking, all inclusive, shop-tour, diving* are commonly used in a number of languages, including Ukrainian. One of the most demanded spheres of communication is tourism. The given article outlines the main aspects of study of the English tourism terminology, in particular, the functional one. It also covers etymology of the terms "tourism" and "tourist" in historical retrospective. Tourism terminological field branch organization and its relative division into five micro fields, which are typical for tourism sphere, are being researched in the given article.

Key words: tourism, terms, terminology, terminological knowledge, linguistics.

АНТРОПОЛОГІЯ ПИСЕМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Статтю присвячено еволюції писемності. Звернуто увагу на причини виникнення, проблеми становлення та розвитку систем письма. Обґрунтовано диференційні ознаки усного й писемного мовлення з урахуванням низки чинників. Описано тенденції сучасного спілкування. Встановлено, що сучасні комуніканти схильні до використання різноманітних зображень та інших додаткових неалфавітних графічних засобів під час інтеракції. Це дозволяє стверджувати, що з певних причин ми частково повертаємося до малюнквого способу спілкування. Зосереджено увагу на двох варіантах писемного мовлення: рукописному та друкованому. Спростовано чимало тверджень, висунутих дослідниками в минулому столітті щодо відмінностей усного та писемного мовлення з огляду на нові можливості у спілкуванні, які відкрило перед нами цифрове століття. З урахуванням спектру семіотичних ресурсів, які доступні сучасним комунікантам докладно обґрунтовано відмінності усного та писемного мовлення, беручи до уваги новітні форми та способи спілкування. Проведено певні паралелі між усним та писемним мовленням, враховуючи специфіку обох форм. Виявлено їх переваги та недоліки. З'ясовано їх можливості. Увагу сфокусовано на потенціалі писемних засобів інтеракції, їх модифікації та комунікативно-прагматичній зорієнтованості. Наголошено, що інвентар, яким сучасні комуніканти послуговуються під час інтеракції, значно розширився за рахунок паравербальних елементів. Такі модифікації знайшли своє відображення не лише у плані вираження, а й у плані змісту. У роботі також сфокусовано увагу на кількох групах семіотичних ресурсів: сегментації; шрифті та кольорі; непіктографічних та нефотографічних графічних елементах; іконічних елементах; інфографіці; додаткових графічних ефектах. Висвітлено їх компоненти, частково окреслено їх потенційні можливості та важливість у процесах інтеракції. порушено низку актуальних питань, що потребують розв'язання та ґрунтовного всебічного аналізу з боку мовознавців. Звернуто увагу на інноваційні тенденції, що породжують низку проблем у сфері мультимодальної грамотності та в порушенні ustalених норм спілкування, які згодом можуть стати нормою.

Ключові слова: писемність, усне мовлення, писемне мовлення, друкована форма мови, рукописна форма мови, паравербальні засоби, невербальні засоби.

Постановка наукової проблеми та її значення. Становлення та формування писемності на всіх етнічних ареалах земної кулі відбувалося по-різному. Проте, представники всіх етнічних спільнот без винятку прагнули знайти універсальний спосіб спілкування, щоб належним чином порозумітися принаймні з тими індивідами, які географічно населяли одну і ту саму територію. Висловимо міркування й про те, що всі покоління намагалися цілеспрямовано або й мимоволі зробити певний внесок у розвиток етнічної спільноти, яку вони власне й становили. Антропологічний екскурс свідчить, що вони тривалий час працювали над створенням та удосконаленням саме такої системи письма, яка б, на думку її "винахідників", максимально б задовольняла потреби того чи того народу, що проживали на одному ареалі.

Здавалось би, що саме писемність – одне із тих досягнень, якому не буде рівних. Цілком очевидним є те, що винайдення писемності – це апогей розвитку цивілізації, що кардинально змінив людство, дав змогу спілкуватися в писемній формі, дозволив мінімізувати неоднозначності у сфері комунікації, уникнути непорозумінь, подолати просторові та часові бар'єри, у спілкуванні. Цей неабиякий прогрес ми нині сприймаємо як належне і майже ніколи не замислюємося над тим, що за цим стоїть. Вдавшись до деталей, починаєш усвідомлювати, що не все було так просто і в процесі творення систем письма, і зараз, коли ми ними послуговуємося у цифрове століття. Продукування систем письма – це складний довготривалий процес, що є результатом акумуляції історичних, географічних, етнічних, культурних чинників.

Аналіз досліджень цієї проблеми. У лінгвістичних розвідках писемній та усній формі мови вітчизняні та зарубіжні дослідники приділяли багато уваги. Значна їх частина припадає на кінець першої – початок другої половини ХХ ст. Найбільш вагомими напрацюваннями представлені у роботах Т. Амірової [1], Й. Вахека [2], О. Волкова [3], І. Гельба [4], Л. Зіндера [5], Т. Ніколаєвої [6], І. Ситдикової [8].

Мета роботи полягає у висвітленні еволюції писемності, з урахуванням інноваційних можливостей писемних семіотичних ресурсів та зумовлює розв'язання таких **завдань**: проаналізувати розвиток письма від найдавніших часів до наших днів; окреслити специфіку сучасних тенденцій спілкування, зосередивши увагу на їхніх потенційних можливостях та комунікативно-прагматичному потенціалі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Вдаючись до історичних пам'яток, які збереглися дотепер, а також до рукописів, що маємо змогу бачити й читати нині, впевнено можемо стверджувати, що системи письма, котрими ми послуговуємося нині – це результат довготривалої праці багатьох поколінь, які тривалий час працювали над тим, щоб якимось зафіксувати усне висловлювання. Здавалось би, що алфавіт – це проста система графічних знаків; кожній літері відповідає певна графема, і винайти це зовсім не складно. Проте це зовсім не так. Англомовна писемність, як і будь-яка інша суттєво відрізняється від тієї, якою була навіть кілька століть тому, не кажучи вже про первинні способи та засоби інтеракції.

Як відомо, винайденню алфавіту передували інші, неалфавітні системи письма: предметне, вузликоче, клинописне, піктографічне, ідеографічне, логографічне, силабічне. З огляду на це, системи письма навряд чи можна назвати стійкими та чітко фіксованими. Очевидним є й те, що, наприклад, англомовна система письма увібрала в себе частинами усе, що намагалися в неї вкласти представники інших етнічних спільнот, допоки набула такого вигляду та складу. Проте, ми вважаємо, що ця алфавітна система письма недосконала, і, як свідчить проведений аналіз, продовжує змінюватися й розвиватися, внаслідок невпинної модернізації усіх сфер життя суспільства. Здійснене дослідження дозволяє стверджувати, що вербальні засоби часто поступаються паравербальним семіотичним ресурсам неалфавітної природи. Принагідно зауважимо, що йдеться про:

- *сегментацію* (розміщення тексту на сторінці, міжрядковий інтервал, орієнтація сторінки, поля, ширина тексту);
- *шрифт та колір* (шрифтові та кольорові варіації (написання курсивом, капіталізація, напівжирне виділення, незвичайне написання слів, одночасне використання кількох гарнітур та розмірів шрифту));
- *непиктографічні* та нефотографічні графічні елементи (знаки пунктуації, діакритичні знаки, типографічні та інші допоміжні знаки; цифри, математичні символи);
- *іконічні елементи* (різноміснотні та різноміснотні ілюстрації (натюрморти, пейзажі, картини, будь-які малюнки, створені олівцем, фарбами або за допомогою прикладних комп'ютерних програм); карикатури, комікси та інші нефотографічні ілюстрації; піктограми (знакові, абстрактні, логотипні) логотипи та емблеми, карти, фотографії, смайли);
- *інфографіку* (таблиці, діаграми (стовпчасті, кругові), графіки й схеми);
- *додаткові графічні ефекти* (позиціонування тексту (вертикальне, горизонтальне, діагональне, ситуативне (довільне)), виправлення, підкреслення, вставки, закреслення, зумисне злиття текстових компонентів без необхідної проміжної відстані)).

Врахування специфіки всіх цих складників, які тривалий час не перебували у полі зору лінгвістів, дає змогу відкрити нові дослідницькі грані, породжуючи низку питань:

- Чи можна стверджувати, що англомовне алфавітне спілкування й на далі буде провідним та ключовим як і у минулих століттях?
- Якщо ми фокусуємося тільки на алфавітних системах письма, і нівелюємо інші паравербальні засоби, чи повністю вдається в таких випадках ідентифікувати план змісту?
- Чи перетвориться згодом алфавітна система письма на гібридну?
- Які семіотичні ресурси вагоміші: вербальні чи паравербальні?
- У чому полягають відмінності в плані вираження та в плані змісту вербальних чи паравербальних семіотичних ресурсів?

У свої розвідках ми неодноразово наголошували на тому, що сучасний, гіпертехнологічний, надрозвинений світ у широкому розумінні цього слова поступово повертається у плані писемності до того, з чого починав сотні років тому. Це звучить досить дивно, але якщо замислитись над цим, то це істина. Скрізь і всюди ми чуємо про те, що ми гіпершвидкі і технології не дають нам зупинитися, стояти на одному місці. Як же вийшло так, що в писемності ми робимо гігантський крок назад, ставлячи під загрозу те, що ще двадцять років назад вважали надзвичайно прогресивним, зокрема алфавіт. Чи сталося якось так, що ми недооцінили неалфавітні системи письма і технології мимоволі змушують нас повернутися до того, з чого починали свій розвиток наші предки.

Мовлячи про відмінності усного та писемного мовлення зауважимо, що між ними існують певні розбіжності, які можна пояснити кількома причинами. В усному мовленні продуцент має змогу супроводжувати мовлення додатковими паралінгвальними чи екстралінгвальними засобами. В писемному мовленні традиційно вважають, що це зробити фактично неможливо. Справді, як можна відобразити в писемному мовленні міміку мовця, інтонацію з якою він/вона вимовляють щось, репрезентувати міміку обличчя, показати жести? Зазначимо, що досить складно й видається нелогічно говорити про усі жанри без винятку. Кожен із них має свої особливості, переваги й недоліки.

Якщо говорити про писемні друковані тексти, наприклад розмовного стилю, то міміку обличчя на сучасному етапі можна передати за допомогою смайлів, жести теж мають свої схематичні репрезентанти (це рука, яка показує ставлення мовця до ситуації тощо). Наявність таких графічних засобів частково усуває певні невідповідності в усному та писемному мовленні. Щодо інтонації, то її фактично передати неможливо. Проте, за умови, якщо реципієнт знає продуцента, відтак може, читаючи текст, уявити яким саме тоном, темпом чи тембром сказане те чи те. На відміну від усного мовлення, яке продукується спонтанно, писемне, переважно, продукується в умовах, що дозволяють обдумати, за потреби відкоригувати написане, щось змінити, скоротивши або розширивши його.

Звернемо увагу й на те, що будь-який писемний текст можна репрезентувати усно і, навпаки, будь-який усний можна написати чи надрукувати, змінивши його на писемну форму. Продуцент і реципієнт не мають прямого контакту, якщо йдеться, наприклад, про періодичні видання чи книги (на відміну від соціальних мереж чи програм на зразок Skype, Viber тощо). Водночас в усному мовленні продуцент бачить реципієнта і змушений реагувати на його зауваження, брати до уваги міміку, яка свідчить принаймні про те, на скільки зрозумілим/незрозумілим, актуальним/неактуальним є повідомлення. В усному мовленні продуцент орієнтується на аудиторію, прогнозує її реакцію, встановлює безпосередній контакт з нею. Розуміючи, що його мовлення з певних причин не зрозуміле аудиторії, він може змінити тактику спілкування, обравши інші стратегії та засоби апеляції. Реакція аудиторії мало прогнозована, саме вона може змінити хід подій.

У писемному тексті це зробити неможливо. Якщо реципієнтам незрозуміло щось, вони реагують на це, але продуцент не бачить цього і не може надати додаткових пояснень. Будь-який текст написаний відповідно до норм певного жанру та стилю. У цьому разі, будь-які модифікації неможливі, як і передбачення реакції співрозмовника.

Порушуючи питання про пріоритетність форми мовлення усної над писемною чи писемної над усною, вважаємо доцільним звернути увагу на те, що, на нашу думку, навряд чи можна однозначно стверджувати про важливість однієї над іншою. Очевидним є те, що усне мовлення первинне, писемне – вторинне. Інноваційні можливості у сфері спілкування дозволяють частково заповнити цю лакуну. Усне мовлення також можна зберегти в часі й передати на відстань, завдяки можливостям у сфері звуко- та відеозапису. Крім того, у неформальному мовленні можна користуватися всіма доступними засобами малюнкового характеру, які є частиною прикладних комп'ютерних програм.

Т. О. Амірова стверджує, що порівнюючи писемне і усне (звукове) мовлення, для них характерні власні диференційні ознаки та функційні параметри, а саме:

1) у плані вираження: а) матеріальною субстанцією цілком відмінної природи; б) формою (законами і правилами) організації матерії, у багатьох відношеннях відмінною, яка утворює специфічні ситеми; в) парадигматичними та синтагматичними відношеннями, багато в чому схожими та відмінними; г) схожою, але не ідентичною функційною диференціацією;

2) у плані змісту: а) матеріальною субстанцією однієї і тієї ж природи; б) формою, у багатьох відношеннях схожою, але такою, що не збігається, і утворює повністю специфічні системи; в) парадигматичними та синтагматичними відношеннями, які багато у чому схожі, але в низці вагомих ознак відмінні; г) схожою, але не ідентичною функційною диференціацією [1, с. 45].

Такий погляд дослідниці дозволяє стверджувати, що усне й писемне мовлення – це дві форми самовираження та самоідентифікації, які мають, з одного боку, багато спільного, мають і значні відмінності і у плані вираження та в плані змісту.

Проводячи певні паралелі між усним та писемним мовленням, Т. М. Ніколаєва аналізує їх, беручи до уваги шість критеріїв. Висвітливо їх, висловивши власні міркування, зроблені на основі аналізу корпусів мультимодальних текстів, що функціонують у періодичних виданнях.

I. Писемне мовлення має специфічні засоби вираження. Дослідниця поділяє їх на першорядні (до яких відносить алфавіт) та другорядні (знаки пунктуації, абзац, пробіл, курсив, розрядка (разрядка), підкреслення, знаки параграфів, відмінності букв і слів за кольором). На її думку, другорядні засоби можуть бути нормативними (знаки пунктуації, абзац) та факультативними (усі інші; вони залежать від продуцента) [6, с. 78]. Ми частково поділяємо такий підхід, адже проведене нами дослідження свідчить про те, що алфавіт – не завжди першорядна система інтеракції, іноді так звані другорядні, засоби виконують первинну комунікативно-прагматичну роль, будучи семантично доміантними.

Дослідниця звернула увагу на те, що факультативним засобам в усному мовленні відповідають інтонаційні засоби, оскільки членування відрізка мовлення, який звучить, не відповідає членуванню відповідного писемного тексту. Окрім специфічних засобів вираження, писемне мовлення має й свої специфічні одиниці. Усне висловлювання ми сприймаємо як цілі одиниці, писемне – як набір дискретних одиниць. Одиниці усного мовлення у цьому випадку не відповідають одиницям писемного не лише на рівні фонем і графем, а й на рівні слів. В усному мовленні проклітичні й енклітичні елементи приєднуються до слова і утворюють з ним одне ціле. У писемному мовленні навпаки не існує енклітичних та проклітичних елементів, а є лише лінійна послідовність слів, тобто відстань між двома пробілами [6, с. 78–79]. Навряд чи можна нині стверджувати, що писемний текст – це лінійна послідовність слів. Локація тексту, відповідно до наведеної нами класифікації семіотичних ресурсів, може бути різною. Ми погоджуємо з тим, що “одиниці усного мовлення ... не відповідають одиницям писемного не лише на рівні фонем і графем, а й на рівні слів. Писемне відрізняється від усного будовою. Лексичний склад писемного мовлення не збігається з лексичним складом усного мовлення (suspect (v) ≠ suspect (n)); (meat ≠ meet) [6, с. 79].

II. Аналізуючи праці Ф. де Сосюра, Т. М. Ніколаєва стверджує, що дослідник схилився до думки, що завдання графем – передавати акустичні образи. Проте учена акцентує, що кожна одиниця плану вираження рівною мірою має зв'язок і з акустичним, і з зоровим образом, або з цими двома маніфестаціями одночасно [6, с. 79].

III. Письмо як система визначених знаків пов'язана з іншими зоровими засобами, які відомі людині [6, с. 79]. Дослідниця виділяє два варіанти писемного мовлення (рукописний та друкований), наголошуючи, що, міняючи одну форму на іншу – відбувається лише заміна одиниць нижчого рівня (графем) і часткова заміна вторинних одиниць (заміна підкреслення, курсив, розрядка) сама ж будова, залишається незмінною, як сама по собі, так і щодо писемної норми [6, с. 79–80].

Важливим є те, що вчена фокусує увагу на тому, що “при незмінності того, що виражається (воно може залишатися інваріантним)? те, що виражає графічний текст ..., може бути сконструйоване як з гомогенних, так і з гетерогенних одиниць” [6, с. 80]. І таке бачення відповідає сучасним тенденціям спілкування. Усе частіше аналіз дозволяє стверджувати, що писемне спілкування тяжіє до конфергенції лінгвальних та паралінгвальних семіотичних ресурсів. І така тенденція згодом може стати нормою. Адже нині досить складно уявити текст, що містить лише вербальні компоненти.

IV. Писемна й усна норми, як дві різні знакові системи, можуть по-різному пересікатися одна з одною [6, с. 80]. Йдеться про використання додаткових неалфавітних знаків. Наприклад, математичних позначок, цифр, діакритиків тощо. На нашу думку, неможливо зробити так, щоб один писемний текст був 100 % віддзеркаленням усного і навпаки. Жодна з цих форм мовлення не має такого спектру ресурсів та можливостей, які могли максимально уподібнити одну форму до іншої. Наприклад, як в усному мовленні репрезентувати колір, або в писемному темп чи тембр мовця?

V. Специфіка писемного мовлення як знакової системи має свої засоби вираження, які сприяють створенню “особливої мови”, орієнтованої на прочитання очима. У цьому разі, доцільно говорити про мову реклами ... засоби вираження якої відрізняються від засобів вираження звичної писемної мови. Це також можна пояснити цільовою аудиторією для якої вона призначена [6, с. 80]. Будь-яке писемне повідомлення візуально-зорієнтоване, незалежно від того чи містить воно ілюстративні компоненти, які саме та в якій кількості.

VI. Розвиток нових точних методів вивчення мови ... висуває перед дослідником питання щодо того, яку саме норму останній вивчає [6, с. 80]. Цілком слушним вважаємо це твердження. З огляду на інноваційні тенденції, породжені цифровими технологіями, для всебічного й ґрунтовного дослідження семіотичних ресурсів необхідне залучення та використання у процесі аналізу новітніх методів і методик, що дозволяють зробити певні висновки про специфіку усних та писемних форм спілкування.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Усна та писемна форми спілкування – дві форми мови, які будучи різними між собою, певною мірою намагаються імітувати одна одну. Проте брак ресурсів як в одному, так і в іншому випадку не дає змоги цього зробити. XXI століття, на відміну від попередніх, значно розширило спектр семіотичних ресурсів, якими послуговуються комуніканти під час інтеракції. Це дозволило частково зменшити певні розбіжності між усною та писемною формами, змусивши дослідників шукати нові методи для дослідження. Перспективними видаються подальші розвідки, спрямовані на ґрунтовне та всебічне вивчення диференційних ознак усного та писемного мовлення з урахуванням різних критеріїв та чинників.

Джерела та література

1. Амирова Т. А. Функциональная взаимосвязь письменного и звукового языка / Т. А. Амирова ; отв. ред. чл.-кор. АН СССР В. М. Солнцев. – М. : Наука, 1985. – 288 с.
2. Вахек Й. Письменный и печатный язык / Й. Вахек // Пражский лингвистический кружок. – М. : [б. и.], 1967. – С. 535–543.
3. Волков А. А. Грамматология. Семиотика письменной речи / А. А. Волков. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 144 с.
4. Гельб И. Опыт изучения письма. Основы грамматологии / Игнаций Гельб ; [под ред. и с предисл. И. Дьяконова] ; [пер. с англ. Л. С. Торбовицкой, И. М. Дунаевской]. – [2-е изд.]. – М. : Радуга, 1982. – 366 с.
5. Зиндер Р. Л. Очерк общей теории письма / Л. Р. Зиндер. – Л. : Наука, 1987. – 111 с.
6. Николаева Т. М. Письменная речь и специфика ее изучения / Т. М. Николаева // Вопр. языкознания. – 1961. – № 3. – С. 78–86.
7. Соссюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики / Фердинанд де Соссюр ; [пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко]. – К : Основи, 1998. – 324 с.
8. Ситдикова І. В. Проблема письма у сучасній лінгвістиці / І. В. Ситдикова // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. пр. / відп. ред. Ніна Корбозерова. – К : Вид. центр КНЛУ, 2002. – Вип. 8. – С. 305–309.

References

1. Amirova, T. A. 1985. Funktsionalnaia Vzaimosviaz Pismennogo i Zvukovogo Yazyka. Moskva: Nauka.
2. Vakhek, I. 1967. “Pismennyi i Pечатnyi Yazyk.” In Prazhskiy lingvisticheskiy kruzhok. Moskva, 535–543.

3. Volkov, A. A. 1982. *Grammatologiya. Semiotika Pismennoy Rechi*. Moskva: Izd-vo Mosk. un-ta.
4. Gelb, Ignatsiy. 2004. *Opyt Izucheniia Pisma. Osnovy grammatologii*. Moskva: Editorial, URSS.
5. Zinder, R. L. 1987. *Ocherk Obshchei Teorii Pisma*. Leningrad: Nauka.
6. Nikolayeva, T. M. 1961. "Pismennaia Rech i Spetsyfika yee Izucheniya." In *Vopr. Yazykoznaviia*, 3: 78–86.
7. Sossiur, Ferdinand de. 1998. *Kurs Zahalnoi Lnhvistyky*. Kyiv: Osnovy.
8. Sytdykova, Iryna. 2002. "Problema Pysma u Suchasnoi Lnhvistyky." In *Problemy semantyky slova, rechennia ta tekstu*. Kyiv: Vyd. tsentr KNLU, 8: 305–309.

Макарук Лариса. Антропология письменной коммуникации. Статья посвящена эволюции письменности. Обращено внимание на причины возникновения, проблемы становления и развития систем письма. Обосновано дифференциальные признаки устной и письменной речи с учетом ряда факторов. Описаны тенденции современного общения. Установлено, что современные коммуниканты склонны к использованию различных изображений и других дополнительных неалфавитных графических средств во время интеракции. Это позволяет утверждать, что по определенным причинам мы частично возвращаемся к рисуночному способу общения. Сосредоточено внимание на двух вариантах письменной речи: рукописном и печатном. Опровергнуто ряд утверждений, выдвинутых исследователями в прошлом веке, по отличий устной и письменной речи с учетом новые возможности в общении, которые открыло перед нами цифровой век. С учетом спектра семиотических ресурсов, которые доступны современным коммуникантам, подробно обосновано различия устной и письменной речи, учитывая новейшие формы и способы общения. Проведено определенные параллели между устной и письменной речью, учитывая специфику обеих форм. Выявлены их преимущества и недостатки. Выяснено их возможности. Внимание сфокусировано на потенциале письменных средств интеракции, их модификации и коммуникативно-прагматической ориентированности. Отмечено, что инвентарь, которым современные коммуниканты пользуются во время интеракции, значительно расширился за счет паравербальных элементов. Такие модификации нашли свое отражение не только в плане выражения, но и плане содержания. В работе также сфокусировано внимание на нескольких группах семиотических ресурсов: сегментации; шрифте и цвете; непиктографических и нефотографических графических элементах; иконических элементах; инфографике; дополнительных графических эффектах. Освещены их компоненты, частично обозначены их потенциальные возможности и важность в процессах интеракции. Возбужден ряд актуальных вопросов, требующих решения и основательного всестороннего анализа со стороны лингвистов. Обращено внимание на инновационные тенденции, что порождает ряд проблем в сфере мультимодальной грамотности и в нарушении устоявшихся норм общения, которые впоследствии могут стать нормой.

Ключевые слова: письменность, устная речь, письменная речь, печатная форма языка, рукописная форма языка, паравербальные средства, невербальные средства.

Makaruk Larysa. Written Communication Within the Field of Linguistic Anthropology. This article is devoted to the evolution of writing. Attention is given to reasons behind the emergence of writing systems, and issues connected with their formation and development. Differential signs of oral and written speech are substantiated, taking into account a number of factors. Present-day patterns of communication are described. It has been determined that modern communicants are inclined to use various images and other non-alphabetical graphical means when communicating with one another. This suggests that for some reason, we are returning to a figure-based pattern of communication to some extent. The focus is on two forms of written communication – handwritten and printed. A number of assertions made by researchers in the last century about the differences between oral and written communication have been cited, in consideration of the new options for disseminating information which have appeared in the digital age. An overview is given of the range of semiotic resources that are available to modern communicants, and the differences between oral and written communication are well documented, taking into account the latest forms and methods of communication. Some parallels have been drawn between oral and written speech, taking into account the specific features of the two forms, and their advantages, disadvantages and possibilities are enumerated. Attention is focused on the potential of written means of interaction, their modifications and communicative and pragmatic orientation. It is emphasized that the expressive options used by modern communicators in the process of interacting significantly expanded thanks to the development of paraverbal elements. These modifications are reflected not only in terms of expression, but also on the level of content. The paper also focuses on several groups of semiotic resources: segmentation; fonts and colors; non-pictorial and non-photographic graphic elements; iconic elements; infographics; and other graphic effects. Their components are highlighted, and their potential opportunities and importance in interactive processes are partially outlined. A number of topical issues are raised that require solutions and comprehensive analysis by linguists. Attention is given to innovative trends which have given rise to a number of problems in the field of multimodal literacy and which lie outside the established norms of communication, but which may themselves be in the process of becoming norms.

Key words: writing, oral speech, written speech, printed form of speech, handwritten language, paraverbal means, nonverbal means.

УДК 811.111'373:17.02]+821.111-3.08Остін

Алла Павлюк, Оксана Рогач, Діана Гарсієва

КОМПЛІМЕНТАРНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ З ПОЗИТИВНОЮ ОЦІНКОЮ ЧОЛОВІКІВ І ЖІНОК ПЕРІОДУ ВІКТОРІАНСЬКОЇ ДОБИ (на матеріалі твору Джейн Остін “Pride and Prejudice”)

Статтю присвячено полівекторному аналізу компліментарних мовленневих актів, які мають позитивну оцінку й використовують мовці для того, щоб створити певний емоційний стан адресата та викликати його позитивні почуття. Завдяки їхньому дискурсивному характеру, висловлювання з компліментарними компонентами привертають увагу багатьох учених, проте не всі вони описують компліменти як різновиди структурно-семантичної єдності. Це спричинено семантичними та комунікативно-прагматичними ознаками компліментів. Компліменти можуть базуватися на оцінці рис характеру людини, її зовнішності, одязі, моральних якостей, вміннях та навичках та інше. Перелік потенційних об'єктів для похвали та компліментів досить великий, проте лише певні з них часто використовують у компліментарних висловлюваннях. Мовленнєвий акт компліменту стосується двох комунікантів – чоловіка та жінки. У мовленні чоловіка компліменти найчастіше стосуються характеру адресата мовлення. Такі мовленнєві акти виникають як результат різноманітної вербальної діяльності, тому що індивідуальні риси характеру співрозмовників реалізуються саме в таких процесах.

У романі Джейн Остін “Pride and Prejudice” переважають компліменти, які звучать у бік жінок. У власній комунікації жінки частіше використовують мовленнєві акти компліменту, проте чоловіки, порівняно із жінками, менш щедрі на компліменти. Найбільшу кількість у мовленневих актах становлять компліменти, об'єктами яких є характер співрозмовників. Жінки переконані, що іншими важливими рисами є зовнішність, місце проживання, а також розумові і фізичні здібності. Чоловіки ж, навпаки, вважають, що, порівняно із зовнішністю, здібності їхніх співрозмовників важливіші, тоді як дім, місце проживання як об'єкт компліменту взагалі не належить до структури маскулінарних компліментарних мовленневих актів.

Тексти, написані в період правління королеви Вікторії (1837–1902 рр.), викликають особливий інтерес у лінгвістів, оскільки в той час компліменти були прихованими, а не такими відкритими, як у сучасному мовленні. У романі Джейн Остін “Pride and Prejudice” об'єктами компліментів є чотири категорії: зовнішність, характер, вміння та дім.

Ключові слова: комплімент, мовленнєвий акт, гендер, об'єкт компліменту, роман Джейн Остін “Pride and Prejudice”.

Постановка наукової проблеми та її значення. Тема дослідження зумовлена підвищенням інтересу лінгвістів до компліменту в рамках теорії мовленневих актів, оскільки сучасна лінгвістика спрямована на вивчення мовлення в його взаємозв'язку з людиною, функціонуванням мови та мовлення, їх соціального характеру, комунікативної поведінки мовців.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Проблему використання й сприйняття компліменту досліджували у своїх роботах О. Агаркова (2004), Г. Бабанаква (1999), Н. Бабина (2001), Д. Бик (1999), М. Безруких (1991), О. Борисова (2000), Т. Винокур (1982), А. Колегаєва (2004), Е. Мурашкіна (2004), В. Шепель (1994), О. Ягодзинський (2000) та ін. Цим питанням цікавилися також і зарубіжні дослідники К. Aijmer (1996), W. Biblitz (1988), Н. Clark (1996), М. Geis (1995), S. Mensing, D. Wilson, D. Sperber (1993). Огляд літератури показав, що досі не існує чіткого визначення компліменту, немає вичерпної класифікації досліджуваного мовленнєвого акту. Тому **актуальність** пропонованої наукової роботи зумовлена підвищенням інтересу лінгвістів до зв'язку мови й людини, особливостей міжособистісного спілкування; недостатньою теоретичною і практичною розробкою проблем мовленнєвого акту комплімент, прагненням створити комплексне уявлення про статус досліджуваної одиниці та необхідності системного вивчення її семантичних особливостей.

Мета розвідки – виявлення особливостей мовленнєвого акту комплімент в англійській мові XIX століття. Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення таких **завдань**: розглянути мовленнєвий акт комплімент і виявити ознаки компліментарного мовленнєвого акту на матеріалі твору Джейн Остін.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У кожній мовній культурі важливим прошарком мовленнєвих актів є комплімент. Саме це явище є важливим складником мовленнєвого спілкування носіїв англійської мови, яка впливає на характер міжособистісних стосунків комунікантів, ступінь їх взаєморозуміння, й, відповідно, на успішність комунікації в цілому [2, с. 93]. Тому дослідники зазначають, що комплімент – важливий компонент мовленнєвої поведінки представників англійської мовної культури.

Комплімент – невід’ємний елемент будь-якої комунікації. Він є так званою гармонією між-особистісною, а також міжкультурною взаємодією. Мовленнєве явище компліменту здавна привертає увагу мовознавців. Упродовж не одного десятиліття компліментарні висловлювання активно вивчають різні галузі наукового знання, а саме: соціологія, лінгвістика, психологія тощо. Окрім цього, віддає компліменту належну увагу і наука про засоби і способи переконання – риторика [1, с. 74].

Відомо, що кожне компліментарне висловлювання повинно містити позитивне судження та оцінку. Саме тому активізація зацікавлення лінгвістів до особливостей його функціонування дедалі більше зростає. Сучасне мовознавство прагне пізнати всю надзвичайно складну природу людського спілкування. Саме тому мова, яка втілена в мовленні, і є одним із найважливіших засобів соціальної взаємодії співрозмовників, дає змогу людям впливати та розумову та практичну діяльність комунікантів.

Мовленнєвий акт компліменту відображає національну специфіку культури в мовленнєвій поведінці його представників. Він є центральною одиницею комунікації [3, с. 1], адже процес говоріння зумовлений особистісними якостями мовця та завданнями його комунікації. Тому комплімент – це цілеспрямований вплив на адресата.

Кожен комплімент повинен мати адресанта, адресата мовлення та наявність позитивної оцінки. Саме тому головною метою компліменту повинно бути повідомлення про те, що мовець хоче, аби адресат дізнався про себе щось приємне та похвальне. Для вираження позитивного інтенційного стану мовець може використовувати цілий набір конвенційних засобів. У нашому дослідженні ми дотримуємося погляду, що головним формальним індикатором є позитивне оцінне судження. Воно не лише повинно бути закладене у свідомості адресанта, а й стати зрозумілим адресату комунікації.

У лінгвістиці прийнято вважати, що об’єктом компліменту є те, що заслуговує похвали. Це певна риса чи ознака людини, яка має позитивний код і тому виділяється з-посеред інших характеристик будь-якої людини. Усе частіше об’єктами мовленнєвих актів компліментів стають різноманітні риси людей: зовнішність, характер здібності, одяг тощо. Саме ці ознаки оточують людину та супроводжують її усе життя.

Мовленнєві акти компліменту містять позитивну оцінку й вживаються мовцем для того, щоб викликати в адресата позитивний емоційний стан, прихильність співрозмовника. Висловлювання із компліментами привертають увагу лінгвістів здавна, оскільки вони мають дискурсивний характер. Проте не всі дослідники характеризують компліменти як різновиди структурно-семантичної єдності. Це зумовлено семантичними та комунікативно-прагматичними особливостями компліментів. У компліменті може даватися оцінка окремих рис характеру людини, її зовнішності й одягу, її внутрішнім моральним якостям, здібностям та ін. Перелік потенційних об’єктів похвали і компліментів досить великий, але, безумовно, низка об’єктів є найбільш поширеним у компліментарних висловлюваннях.

Цікавим об’єктом дослідження мовленнєвих актів компліментів є тексти, написані в епоху правління королеви Вікторії (1837–1902 рр.), адже в цей непростий період вони були прихованими, на відміну від використання у сучасному мовленні. Активно використані компліментарні висловлювання у романі Джейн Остін “Pride and Prejudice”. Об’єктами компліменту у творі є чотири категорії: зовнішність, характер, здібності та дім. Мовленнєвий акт компліменту стосується двох комунікантів – чоловіка та жінки. У мовленні чоловіка компліменти найчас-

тіше стосуються характеру адресата мовлення, адже саме ці мовленнєві явища між людьми виникають унаслідок людської діяльності, оскільки індивідуальна своєрідність особистості проявляється не тільки в особливостях перебігу психічних процесів, тобто в формуванні її характеру [4].

Наприклад:

Mr. Collins to Eliza Bennet: *“Believe me, my dear Miss Elizabeth, that your modesty, so far from doing you any disservice, rather adds to your other perfections. You would have been less amiable in my eyes had there not been this little unwillingness; but allow me to assure you, that I have your respected mother’s permission for this address”* [6].

Суворі вікторіанські правила передбачали певний кодекс поведінки, тому в цей період компліменти з вуст чоловіка у бік жінки лунали не так часто, як це відбувається на сучасному етапі розвитку комунікації.

Наприклад:

Mr Bennet to Mrs Bennet: *“I see no occasion for that. You and the girls may go, or you may send them by themselves, which perhaps will be still better, for as you are as handsome as any of them, Mr. Bingley may like you the best of the party”* [6].

Жіноча мова набагато емоційніша, вона чутлива щодо партнера комунікації [5, с. 110]. Це виражено в частішому вживанні вигуків, метафор, порівнянь, епітетів, образних слів, зменшувально-пестливих форм і евфемізмів. У жінки більш ввічливий характер реплік, вона також схильна до висловлення вимог, що мають вигляд компліменту. Яскравим прикладом цього у творі Джейн Остін є такий комплімент:

Eliza Bennet to Jane Bennet: *“My dear Jane!” exclaimed Elizabeth, “you are too good. Your sweetness and disinterestedness are really angelic; I do not know what to say to you. I feel as if I had never done you justice, or loved you as you deserve”* [6].

У цьому прикладі бачимо, що основною характеристикою компліменту з позиції теорії мовленнєвих актів є оцінний позитивний характер. Саме тому комплімент мовознавці часто відносять до експресивів.

Жіночі компліменти на адресу чоловіків є яскравим зразком міжгендерної комунікації, при якій жінка, котра виступає в ролі адресанта, ініціатора комунікації, обов’язково має враховувати в цілому негативне ставлення чоловіків до компліментів. Тому комунікативна тактика жінки-адресанта повинна бути ще більш продуманою, порівняно з комунікативною тактикою адресантів чисто жіночих компліментів. В. В. Леонтьєв зазначає, що в британській лінгвокультурі в тематичному плані жіночі компліменти на адресу чоловіків фокусуються на зовнішності адресантів (50 %), їхній професійній майстерності (20 %) і на персональному щодо чоловіків-адресатів до жінок-адресантів (20 %). На всі інші теми припадає 10 % прикладів [2], наприклад:

Mrs. Bennet to Mr. Gardiner: *Oh, brother, how kind you are! I know you will contrive it all.”*

Elizabeth Bennet to Mr. Binley: *“You have a sweet room here, Mr. Bingley, and a charming prospect over the gravel walk. I do not know a place in the country that is equal to Netherfield”* [6].

Характеристика комунікативної поведінки є предметом низки досліджень. Жіночі та чоловічі мовленнєві акти компліменту визначаються значною мірою і конкретними особливостями обстановки, в якій відбувається спілкування, умовами контексту спілкування, соціальним статусом комунікантів та комунікативної ситуацією в цілому.

Питання про те, хто кому (чоловіки жінкам, жінки чоловікам або представники однієї статі при спілкуванні один з одним) частіше говорять компліменти в західних соціумах, давно знайшло своє розв’язання в багатьох лінгвістичних роботах. На думку Н. Вольфсон, Дж. Мейнс, Дж. Холмс і Д. Ф. Браун, у ролі як адресантів, так і адресатів компліментів частіше виступають жінки. При цьому найчастотнішими є компліменти жінок жінкам, далі, за рівнем зменшення частотності, йдуть компліменти жінок чоловікам, компліменти чоловіків жінкам. Найменш численні компліменти чоловіків чоловікам [2].

Жінки сприймають компліменти на свою адресу як мовленнєвий засіб вираження схвалення або заохочення прийнятої суспільством рольової поведінки. Чоловіки роблять компліменти чоловікам, як правило, оцінюючи саме ті якості, які традиційно вважаються чоловічими, наприклад:

Mr. Bennet to Mr. Collins: "You judge very properly," said Mr. Bennet, "and it is happy for you that you possess the talent of flattering with delicacy" [6].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, у романі Джейн Остін "Pride and Prejudice" переважають компліменти, які звучать у бік жінок. У власній комунікації жінки частіше використовують мовленнєві акти компліменту, проте чоловіки, порівняно із жінками, менш щедрі на компліменти. Найбільшу кількість у мовленнєвих актах становлять компліменти, об'єктами яких є характер співрозмовників. Жінки вважають, що іншими важливими рисами є зовнішність, місце проживання, а також розумові й фізичні здібності. Чоловіки ж, навпаки, вважають, що, порівняно з зовнішністю, здібності їхніх співрозмовників важливіші, тоді як дім, місце проживання як об'єкт компліменту взагалі не належить до структури маскулінних компліментарних мовленнєвих актів.

Дж ерега та література

1. Кисельова Н. М. Лексичні і стилістичні особливості компліменту в англійській мові / Н. М. Кисельова // Перекладацькі інновації : матеріали II Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (Суми, 15–16 берез. 2012 р.) / ред. кол. : С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 74–76.
2. Колодько М. К. Комплімент і похвала в сучасній лінгвопрагматиці / М. К. Колодько // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер. 9 : Сучасні тенденції розвитку мов. – 2012. – Вип. 8. – С. 93–99.
3. Міщенко В. Я. Комплімент в мовленнєвій поведінці представників англомовних (британської та американської) культур : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 / В. Я. Міщенко. – Харків, 2000. – 18 с.
4. Основи психології : підруч. для студ. вищ. мед. закл. освіти I–IV рівнів акредитації [Електронний ресурс] / за ред.: І. С. Вітенка, О. С. Чабана. – Тернопіль : Укрмедкн., 2003. – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/1584072037301/psihologiya/osnovi_psihologiyi]
5. Приходько Г. І. Особливості стратегій мовленнєвої комунікації чоловіків і жінок / Г. І. Приходько // Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство). – 2014. – № 2. – С. 109–111.
6. Austen Jane. *Pride and Prejudice* [Electronic resource] / Jane Austen. – CUP Archive, 1950. – Access mode : https://books.google.com.ua/books/about/Pride_and_Prejudice.html?id=_gAVMQAACA AJ&redir_esc=y

References

1. Kyselova, N. M. 2012. "Leksychni i Stylistychni Osoblyvosti Komplimentu v Anhliiskii Movi". In *Perekladatski innovatsii : materialy II Vseukrainskoi studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Sumy: SumDU, 74–76.
2. Kolodko, M. K. 2012. "Kompliment i Pokhvala v Suchasni Linhvoprahmatytsi". In *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Seriya 9: Suchasni tendentsii rozvytku mov*, 8: 93–99.
3. Mishchenko, V. Ya. 2000. *Kompliment v Movlennievii Povedintsi Predstavnykiv Anhlomovnykh (Brytanskoi ta Amerykanskoj) Kultur*. Kharkiv.
4. *Osnovy Psykholohii*. 2003. [Elektronnyi resur]. – Rezhym dostupu : [http://pidruchniki.com/1584072037301/psihologiya/osnovi_psihologiyi]
5. Prykhodko, H. I. 2014. "Osoblyvosti Stratehii Movlennievoi Komunikatsii Cholovikiv i Zhinok". In *Naukovyi visnyk Drohobyt'skoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Ser. : Filolohichni nauky (movoznavstvo)*, 2: 109–111.
6. Austen, Jane. *Pride and Prejudice* [Electronic resource] / Jane Austen. – CUP Archive, 1950. – Access mode : https://books.google.com.ua/books/about/Pride_and_Prejudice.html?id=_gAVMQAACA AJ&redir_esc=y

Павлюк Алла, Рогач Оксана, Гарсиева Диана. Комплиментарные высказывания с положительной оценкой мужчин и женщин периода викторианской эпохи (на материале произведений Джейн Остин "Pride and Prejudice"). Стаття посвящена поливекторному анализу комплиментарных речевых актов, имеющих положительную оценку и использующихся говорящим для того, чтобы создать определенное эмоциональное состояние адресата и вызвать его положительные эмоции. Благодаря дискурсивному характеру, высказывания с комплиментарными компонентами притягивают внимание многих учёных, но не все они описывают компли-

менты как разновидность структурно-семантического единства. Это вызвано семантическими и коммуникативно-прагматическими признаками комплиментов. Compliments могут базироваться на оценке черт характера человека, его внешности, одежды, моральных характеристик, умений и навыков и др. Список потенциальных объектов для похвалы и комплиментов достаточно велик, но только определённые из них часто используются в комплиментарных высказываниях. Обычно речевой акт комплимента связан с двумя коммуникантами – мужчиной и женщиной. В речи мужчины комплименты чаще всего относятся к характеру адресата речи. Такие речевые акты возникают как результат разнообразной вербальной деятельности, потому что индивидуальные черты характера собеседников реализовываются именно в таких процессах.

В романе Джейн Остин “Pride and Prejudice” превалируют комплименты, звучащие в сторону женщин. В своей коммуникации женщины чаще используют речевые акты комплимента, а мужчины, по сравнению с женщинами, менее щедры на комплименты. Наибольшее количество в речевых актах составляют комплименты, объектом которых является характер собеседников. Женщины считают, что другими важными чертами являются внешность, место жительства, а также умственные и физические способности. Мужчины, наоборот, убеждены, что, по сравнению с внешностью, способности их собеседников более важны, тогда как дом / место жительства как объект комплимента вообще не относится к структуре маскулинных комплиментарных речевых актов.

Тексты, написанные в период правления королевы Виктории (1837–1902 гг.), вызывают особый интерес у лингвистов, поскольку в то время комплименты были скрытыми, а не такими откровенными, как в современной речи. В романе Джейн Остин “Pride and Prejudice” объектами комплиментов являются четыре категории: внешность, характер, умения и дом.

Ключевые слова: комплимент, речевой акт, гендер, объект комплимента, роман Джейн Остин “Pride and Prejudice”.

Pavliuk Alla, Rogach Oksana, Garciaeva Diana. Complimentary Expressions with Positive Assessment of Men and Women in the Period of the Victorian Era (Based on Jane Austin’s Novel “Pride and Prejudice”). The article deals with the polivectoral analysis of complimentary speech acts that contain a positive evaluation and are used by a speaker to create a certain emotional state of the addressee and evoke his positive feelings. Due to their discourse character, expressions with complimentary components attract attention of many scholars but not all of them describe compliments as subtypes of structural semantic units. It is caused by semantic and communicative pragmatic peculiarities of compliments. Compliments may be based on the evaluation of a person’s character traits, his appearance, clothes, moral qualities, skills and abilities and others. A list of potential objects for praises and compliments is rather big but only some of them are very frequent used in the complimentary expressions. A complimentary speech act is usually connected with two interlocutors – a man and a woman. In the speech of a male, compliments are usually focused on the character of the speech addressee. These speech acts appear as a result of various verbal activities because individual peculiar features of interlocutors are realized in such processes.

In their communication women very often use complimentary speech acts but males, in comparison with women, pay compliments less often. The most numerous complimentary speech acts are the ones that are based on the traits of character of the interlocutors. Women consider that other important features for the compliments are appearance, place of living, and mental and physical abilities. Men think that abilities of their interlocutors are more important in comparison with appearance, while home, a place of living as objects for compliments do not belong to the structure of masculine complimentary speech acts.

Texts written at the time of Queen Victoria’s reign (1837–1902) are of special interests for linguists as at that time compliments were hidden, unlike their free usage in modern speech. The objects of compliments in Jane Austin’s novel “Pride and Prejudice” are of 4 categories – appearance, character, skills and home.

Key words: compliment, speech act, gender, object of a compliment, Jane Austin’s novel “Pride and Prejudice”.

УДК 811’27’24:161.201.4]-026.571

Наталія Передон

ТАКТИКИ ІМПЛІЦИТНОЇ АКТУАЛІЗАЦІЇ ЗГОДИ У СТРУКТУРІ КООПЕРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМУНІКАНТА-ОБ’ЄКТА ПРИМИРЕННЯ

У статті зроблена спроба дослідити природу тактик імпліцитної актуалізації згоди, що застосовує комунікант, постраждалий унаслідок конфліктної ситуації стороною (об’єктом примирення). Визначено, що аналізовані тактики слугують імплементації кооперативної стратегії спілкування, оскільки маніфестують позитивне

ставлення до ініціатора примирення та декларують намір відновити з ним гармонійні стосунки. На основі проведеного аналізу фрагментів художнього тексту, що репрезентують комунікативну ситуацію “примирення” в англійському неофіційному діалогічному дискурсі, з’ясовано, що метою використання тактик імпліцитної актуалізації згоди є мінімізація шкоди, завданої об’єкту примирення maleфактивним вчинком ініціатора примирення, моральна підтримка партнера з комунікації, а також маніфестація бажання та готовності об’єкта примирення повернутись до гармонійної моделі комунікації з ініціатором примирення. Встановлено, що в мовленні об’єкта примирення імпліцитна згода відновити порушений унаслідок конфлікту комунікативний баланс декларується за допомогою тактик заперечення провини ініціатора примирення, визнання власної провини, зміни оцінки дії, зміщення акценту, узагальнення, демонстрації розуміння причин maleфактивного вчинку ініціатора примирення, підбадьорювання та пропозиції забути про конфлікт. Вдаючись до застосування аналізованих тактик, об’єкт примирення повністю або частково спростовує відповідальність ініціатора примирення за дисгармонізацію міжособистісної інтеракції, визнає власну провину у виникненні конфліктної ситуації, наголошує на позитивному ефекті, який справила на нього maleфактивна поведінка партнера з комунікації, або репрезентує конфліктну ситуацію як таку, що неспроможна негативно вплинути на подальшу гармонійну інтеракцію.

Ключові слова: тактика імпліцитної актуалізації згоди, кооперативна стратегія, ініціатор примирення, об’єкт примирення.

Постановка наукової проблеми та її значення. У рамках мовознавчих парадигм імпліцитність осмислюється як неявний, прихований смисл, який виводиться слухачем (читачем) із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування [1, с. 156] і є “універсальною категорією мови та мовлення”, “явищем, яке охоплює всі рівні мови, від фонетики до стилістики, і проявляється як на рівні слова, так і на рівні висловлювання та тексту” [2, с. 304]. З огляду на це, дослідження імпліцитності як лінгвістичного поняття є важливою науковою проблемою, яка вимагає різноаспектного вивчення.

Аналіз досліджень із цієї проблеми. Імпліцитність як універсальна характеристика мовленнєвого спілкування є предметом дослідження комунікативної та когнітивної лінгвістики, стилістики, прагма- та психолінгвістики і входить у коло наукових інтересів Ф. С. Бацевича, Л. Є. Бірюкової, І. В. Арнольд, О. В. Пузанової, Г. Г. Молчанової, О. Г. Лукіної, Н. В. Анохіної, Н. П. Пешкової, С. Г. Краже, Г. Грайса та ін.

Мета і завдання розвідки – схарактеризувати імпліцитність як складник мовленнєвої взаємодії в комунікативній ситуації “примирення”, а також виокремити й описати тактики імпліцитної актуалізації згоди, що застосовує комунікант, постраждалий унаслідок конфліктної ситуації стороною (об’єктом примирення), у межах реалізації кооперативної стратегії спілкування.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Окрім експліцитного вираження згоди, коли план змісту відповідає плану вираження, в діалогічному мовленні функціонують і висловлення, що актуалізують згоду непрямо, тобто план змісту висловлення не відповідає плану вираження. Розуміння імпліцитного значення згоди адресат декодує не безпосередньо, а на основі переосмислення [3]. Дослідження функціонування тактик згоди у комунікативній ситуації “примирення” підтверджує положення про те, що часто згода прийняти вибачення висловлюється за допомогою різноманітних описових формул, що не містять перформативних дієслів. Така комунікативна поведінка мовця продиктована бажанням уникнути акцентування уваги на серйозності завданої йому шкоди та задля збереження обличчя партнера з комунікації, який вже дещо втратив авторитет спочатку через здійснення засуджуваної дії, а потім вибачення за неї [4, с. 54].

На основі аналізу фрагментів художнього тексту, що репрезентують комунікативну ситуацію “примирення” в неофіційному діалогічному дискурсі встановлено, що в межах реалізації кооперативної стратегії спілкування об’єкт примирення послуговується **тактиками імпліцитної актуалізації згоди**, метою використання яких є маніфестація непрямої згоди відновити порушений унаслідок конфлікту комунікативний баланс з ініціатором примирення, мінімізація шкоди, завданої об’єкту примирення maleфактивним вчинком ініціатора примирення, моральна підтримка партнера з комунікації, а також демонстрація бажання та готовності повернутись до гармонійної моделі спілкування з ініціатором примирення. До аналізованих тактик належать: 1) тактика заперечення провини ініціатора примирення; 2) тактика визнання власної

провини; 3) тактика зміни оцінки дії; 4) тактика зміщення акценту; 5) тактика узагальнення; 6) тактика демонстрації розуміння причин малефективного вчинку ініціатора примирення; 7) тактика підбадьорювання; 8) тактика пропозиції забути про конфлікт.

Застосовуючи **тактику заперечення провини ініціатора примирення**, об'єкт примирення експлікує власне бачення ситуації, що виникла: він не вважає малефективний вчинок партнера з комунікації таким, що може завадити відновленню гармонійних інтерперсональних стосунків.

"I'm really sorry to have ruined the weekend," Caroline apologized tearfully.

"Don't be ridiculous, Caroline. It's not your fault. Come on, let's go," Maggie said briskly, leading the way [13, с. 351].

Наведений приклад демонструє повне заперечення об'єктом примирення провини ініціатора примирення. Тактика актуалізується через вказівку на недоречність вибачення (*Don't be ridiculous, Caroline*) та спростування провини співрозмовника за допомогою заперечної синтаксичної конструкції з семантичним ядром *fault* (*It's not your fault*).

Аналізована тактика вербалізується в мовленні об'єкта примирення і за допомогою речень із заперечним займенником *nothing* та дієсловом *forgive* або його деривативом у ролі семантичного центру висловлення.

"Vittorio, I must kneel in front of you and ask for your forgiveness," said Anton.

"Son, there is nothing to forgive," said Vittorio [12, с. 2];

"I apologize for the trouble I caused you. Please forgive me."

"You've done nothing that requires forgiveness from me, Bradley" [14, с. 45].

Заперечуючи провину ініціатора примирення, об'єкт примирення декларує свою готовність забути про малефективний вчинок партнера зі спілкування та відновити комунікативний баланс.

Удаючись до використання **тактики визнання власної провини**, об'єкт примирення декларує усвідомлення своєї особистої відповідальності за дисгармонізацію стосунків з ініціатором примирення. Застосовуючи цю тактику, об'єкт примирення прагне заспокоїти, морально підтримати співрозмовника, продемонструвавши, що в ситуації, яка спричинила розлад у стосунках, винні обидва партнери з комунікації.

Указана тактика здійснюється через пряме визнання об'єктом примирення своєї провини (*It's (also) my fault, I am (also) to blame, I was wrong*) або за допомогою зустрічного вибачення (*You also forgive me, Will you forgive me too?* тощо).

"[...] I am really sorry. I shouldn't have done that. I don't know what's going on with me. I guess I'm getting those last minute wedding jitters or something."

"Mario, don't apologize. I was wrong too" [11, с. 8];

"I'm sorry, Mimi, I shouldn't have said that." [...]

"I'm sorry too, Mommy, I didn't mean it. Really I didn't" [13, с. 239].

У наведених фрагментах обидва учасники спілкування відчують відповідальність за погіршення стосунків. Відтак, інтенції комунікантів збігаються: обоє прагнуть відновити гармонійну інтеракцію, отримати пробачення партнера зі спілкування та позбутись почуття провини, що виникло через конфліктну ситуацію.

Тактика зміни оцінки дії є різновидом позитивної реакції на вибачення, за допомогою якої адресат повністю звільняє партнера з комунікації від його провини. Він може навіть похвалити адресанта за здійснення вчинку, який той вважає негативним. Тоді, негативна дія перетворюється на позитивну [5, с. 113].

У наведеному далі прикладі Джеб, ініціюючи примирення, просить у лікаря Девіса вибачення за те, що у стані афекту звинуватив того в непрофесійності.

"Doctor Davis," I started as I offered my right hand to him, "Please forgive my angry words when I said you were good for nothing except measles and teething. I meant to hurt you as bad as I was hurting at the time." [...]

“As a matter of fact, it was just that very statement that caused me to take a long, hard look at myself. Your words did hurt me, but they have made a changed man out of me. I take my hat off to you, Jeb” [9, с. 223].

Об’єкт примирення декларує згоду прийняти вибачення за допомогою тактики зміни оцінки дії. Визнаючи завдану мовленнєвою поведінкою хлопця шкоду (*Your words did hurt me*), лікар акцентує увагу на ефекті, який вона на нього справила: образливі слова стали стимулом для роздумів, змусили усвідомити свої недоліки (*As a matter of fact, it was just that very statement that caused me to take a long, hard look at myself*) та допомогли змінитися на краще (*they have made a changed man out of me*).

Послуговуючись **тактикою зміщення акценту**, об’єкт примирення прагне уникнути обговорення поведінки співрозмовника, яка призвела до конфлікту, акцентуючи увагу на позитивному боці ситуації, що склалася, та виправдовуючи тим самим малефективний вчинок ініціатора примирення.

Аналізована тактика представлена в наведеному далі фрагменті. Закохані Елізабет та Джеб домовляються про таємну зустріч. Дівчина приходить на вказане місце раніше визначеного часу. Пам’ятаючи про обіцянку Джеба прийти на зустріч, дівчина стійко чекає, незважаючи на зливу. В той же час хлопець дізнається, що Елізабет немає вдома, і розуміє, що вона зараз чекає на нього в домовленому місці. Коли Джеб знаходить Елізабет, вона вже без свідомості. Ця подія стає початком довгої та важкої хвороби дівчини. Усвідомлюючи свою провину, Джеб відчуває докори сумління. Хлопець не відходить від ліжка коханої, картаючи себе за легковажність. Коли стан дівчини покращується, Джеб просить у неї пробачення.

“Oh, Elizabeth, I am so sorry if I caused you to think I was going to be there. I almost killed you, Elizabeth. [...] Please forgive me, Elizabeth.”

“Jeb, you are forgiven of anything and everything [...]. It wasn’t anybody’s fault. It was just a simple misunderstanding, that’s all.”

“Yes,” I rejoined, “a simple misunderstanding that could have cost you your life. Elizabeth, what if we hadn’t found you in time? What if...”

“Shh, now Jeb,” Elizabeth interrupted in a whisper. “None of that happened. I didn’t die. You did find me in time. You’re not without me. Everything’s ok, my hero. You didn’t cause me to lose my life. You saved my life and I will love you forever for doing it” [9, с. 142].

Об’єкт примирення декларує відсутність наміру конфліктувати з ініціатором примирення (*Jeb, you are forgiven of anything and everything*) та повністю заперечує його провину, вважаючи ситуацію, що склалася, звичайним непорозумінням (*It wasn’t anybody’s fault. It was just a simple misunderstanding, that’s all*). Після вказівки ініціатора примирення на можливі наслідки, до яких могло би призвести його запізнення (*a simple misunderstanding that could have cost you your life*), об’єкт примирення вдається до використання тактики зміщення акценту. Наголошуючи на відсутності серйозних наслідків (*None of that happened. I didn’t die*), об’єкт примирення зміщує акцент опису ситуації з негативного на позитивний. Бажаний перлокутивний ефект від застосування тактики досягається за допомогою демонстрації позитивного ставлення до ініціатора примирення та захоплення його сміливістю (*my hero*), підкреслення вчасності виконаної дії, що врятувала життя дівчини (*You did find me in time*), запевнення у відсутності наміру конфліктувати (*Everything’s ok*), акцентування уваги на позитивному аспекті ситуації (*You saved my life*) та декларації наміру ще краще ставитись до ініціатора примирення через його вчинок (*I will love you forever for doing it*). Отже, суть тактики зміщення акценту полягає в тому, що об’єкт примирення уникає обговорення причини завданої шкоди (хлопець не прийшов на побачення вчасно і через це дівчина ледь не загинула), а натомість наголошує на позитивному боці ситуації (Джеб врятував життя Елізабет, знайшовши її та повернувши додому).

Використовуючи **тактику узагальнення**, об’єкт примирення має на меті виправдати ініціатора примирення та експлікувати позитивне ставлення до нього за допомогою узагаль-

нених висловлень. Обравши таку форму демонстрації ставлення до ініціатора примирення та його малефактивного вчинку, об'єкт примирення мінімізує його провину.

Kim went to Natalie and apologized for what she said about her some months ago. [...]

Natalie felt sorry for her and quickly accepted apology. "We are human beings. We do make mistakes that we at times do not intend to" [7, с. 81].

Наталі, яка є в аналізованій комунікативній ситуації об'єктом примирення, виправдовує поведінку Кім (ініціатора примирення), вказуючи на ненавмисність завданої їй шкоди та підкреслюючи, що така поведінка час від часу притаманна кожній людині (*We are human beings. We do make mistakes that we at times do not intend to*). Наголошуючи на тому, що всі без винятку можуть помилятися, об'єкт примирення імпліцитно вказує і на свою недосконалість, мінімізуючи, таким чином, провину ініціатора примирення.

Основною метою використання **тактики демонстрації розуміння причин малефактивного вчинку ініціатора примирення** є маніфестація позитивного ставлення до ініціатора примирення та вербалізація наміру відновити з ним гармонійні стосунки. Як засвідчує аналіз ілюстративного матеріалу, розуміння причин поведінки, що спричинила виникнення конфліктної ситуації, може бути вербалізоване в експліцитній та імпліцитній формах.

"Oh, John, I'm... I'm sorry I've spoken about it; I just wanted to..." [...]

"Don't worry, Helen, I understand" [6, с. 289];

"I'm sorry," he said. "I should have told you. I didn't want to upset."

"The upset was inevitable." She gave him a tremulous smile. "It was the timing that was atrocious" [8, с. 260].

У першому прикладі розуміння причин поведінки, що призвела до конфліктної ситуації, вербалізується експліцитно за допомогою висловлення *I understand*. У другому фрагменті виправданям малефактивного вчинку ініціатора примирення та імпліцитною вказівкою на розуміння його причини слугує вказівка на неминучість розчарування через складні життєві обставини, в яких опинилися комуніканти (*The upset was inevitable. It was the timing that was atrocious*).

Використання **тактики підбадьорювання** продиктоване бажанням продемонструвати позитивне ставлення до партнера з комунікації, покращити його пригнічений стан, полегшити почуття провини та запевнити, що конфліктна ситуація не вплине на подальше гармонійне спілкування. Вербальною формою вираження тактики є висловлення, що вказують на недоцільність хвилювань (*Don't worry, Cheer up, Take it easy* тощо), а також висловлення, які декларують впевненість у позитивній перспективі розвитку ситуації (*Everything will be all right, Things are going to be better* тощо).

"[...] Please forgive me."

"[...] You acted as anybody would act in the same situation. I'm not so sure I would have handled it as well as you did. Please stop carrying these feelings of guilt in your heart" [9, с. 195].

У наведеному фрагменті об'єкт примирення вказує, що поведінка ініціатора примирення в ситуації, яка склалася, була єдиною можливою (*You acted as anybody would act in the same situation*), а також висловлює похвалу в імпліцитній формі (*I'm not so sure I would have handled it as well as you did*).

Тактика пропозиції забути про конфлікт експлікує намір прийняти прохання про пробачення через вказівку на необхідність припинити обговорення інциденту, оскільки об'єкт примирення вважає його неважливим і неспроможним негативно вплинути на подальші гармонійні стосунки.

Аналізована тактика вербалізується в мовленні об'єкта примирення за допомогою спонукальних речень (*Let's forget about it, Let's not dredge up the past* тощо) та ідіоматичних висловлень, що експлікують намір та спонукання до того, щоб залишити конфлікт у минулому (*It's a closed book, It's water under the bridge, It's water over the dam* тощо).

"I'm sorry I hurt you, Trixie," Jasper said suddenly. [...] I never wanted to lead you like that. I hoped..."

She cut him off. "It's OK, Jasper. It's water under the bridge. Really" [10, с. 326].

Об'єкт примирення запевняє ініціатора примирення в тому, що конфлікт не вплине на добрі стосунки між комунікантами (*It's OK, Jasper*), демонструє своє ставлення до ситуації як такої, що не потребує подальшого обговорення (*It's water under the bridge*), посилюючи ілюктивну силу висловлення використанням прислівника *really*, який застосовується для запевнення в щирості слів об'єкта примирення.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, імпліцитна згода об'єкта примирення відновити порушений унаслідок конфліктної ситуації комунікативний баланс з ініціатором примирення актуалізується за допомогою тактик заперечення провини ініціатора примирення, визнання власної провини, зміни оцінки дії, зміщення акценту, узагальнення, демонстрації розуміння причин малефективного вчинку ініціатора примирення, підбадьорювання та пропозиції забути про конфлікт. Застосування цих тактик свідчить про бажання та готовність об'єкта примирення повернутись до гармонійної моделі комунікації з ініціатором примирення. Подальшу перспективу дослідження вбачаємо у вивченні лексико-семантичних, синтаксичних та стилістичних особливостей комунікативної взаємодії учасників ситуації примирення.

Дж ерела та література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – Київ : Академія, 2004. – 344 с.
2. Бирюкова Л. Е. Моделирование как механизм создания подтекста / Л. Е. Бирюкова // *Studia Linguistica. Проблемы теории европейских языков*. – СПб. : Тригон, 2001. – Вып. 10. – С. 304–309.
3. Войцехівська Н. К. Категорія згоди в українському літературному діалогічному дискурсі (на матеріалі художньої літератури ХХ – початку ХХІ століть) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 / Н. К. Войцехівська. – Київ, 2009. – 20 с.
4. Трофимова Н. А. Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе. Семантический, прагматический, грамматический анализ : монография / Н. А. Трофимова. – СПб. : Изд-во ВММ, 2008. – 376 с.
5. Шум'яцька О. М. Мовленнєвий жанр вибачення у сучасній німецькій мові : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / О. М. Шум'яцька. – Львів, 2016. – 219 с.
6. Cookson C. *The Obsession* / C. Cookson. – London : Corgi Books, 1996. – 381 p.
7. Itto D. *The Congressman's Mistress* / D. Itto. – Morrisville : Lulu.com, 2010. – 116 p.
8. Marlowe D. *Unbuttoning Miss Hardwick* / D. Marlowe. – Toronto : Harlequin, 2012. – 288 p.
9. McDonald M. *The Song of the Mockingbird* / M. McDonald. – Bloomington : iUniverse, 2009. – 376 p.
10. Montefiore S. *The Beekeeper's Daughter* / S. Montefiore. – New York : Simon and Schuster, 2014. – 400 p.
11. Overstreet R. *Always a Bridesmaid* / R. Overstreet. – Bloomington : iUniverse, 2004. – 208 p.
12. Rabb M. *Web of Deception* / M. Rabb. – Bloomington : Xlibris Corporation, 2013. – 820 p.
13. Scanlan P. *City Lives* / P. Scanlan. – London : Bantam Books, 1999. – 370 p.
14. Wallace A. *Hiding in Plain Sight* / A. Wallace. – Eugene : Harvest House Publishers, 2012. – 304 p.

References

1. Batsevych, Florii. 2004. *Osnovy Komunikatyvnoi Lingvistyky*. Kyiv: Akademiia.
2. Biriukova, Liudmila. 2001. "Modelirovaniie kak Mehanizhm Sozdaniia Podteksta". *Studia Linguistica. Problemy Teorii Yevropeiskih Yazykov*, 304–309. Sankt-Peterburg: Trigon.
3. Voitshivska, Nataliia. 2009. "Katehoriia Zhody v Ukrainskomu Literaturnomu Dialohichnomu Dyskursi (na Materiali Hudozhnoi Literatury 20 – Pochatku 21 Stolit)". PhD Abstract, Natsionalna Akademiia Nauk Ukrainy, Instytut Movoznavstva imeni O. O. Potebni.
4. Trofimova, Nella. 2008. *Ekspressivnyie Rechevyie Akty v Dialogicheskom Diskurse. Semanticheskii, Pragmaticheskii, Grammaticheskii Analiz*. Sankt-Peterburg: VMM.
5. Shumiatska, Oleksandra. 2016. "Movlenniievi Zhanr Vybachennia u Suchasniim Nimetskiim Movi". PhD Diss., Lvivskiy Natsionalnyi Universytet Imeni Ivana Franka.
6. Cookson, Catherine. 1996. *The Obsession*. London : Corgi Books.
7. Itto, Dominic. 2010. *The Congressman's Mistress*. Morrisville : Lulu.com.
8. Marlowe, Deb. 2012. *Unbuttoning Miss Hardwick*. Toronto : Harlequin.
9. McDonald, Mark. 2009. *The Song of the Mockingbird*. Bloomington : iUniverse.
10. Montefiore, Santa. 2014. *The Beekeeper's Daughter*. New York : Simon and Schuster.
11. Overstreet, Renea. 2004. *Always a Bridesmaid*. Bloomington : iUniverse.

12. Rabb, Mia. 2013. *Web of Deception*. Bloomington : Xlibris Corporation.
 13. Scanlan, Patricia. *City Lives*. London : Bantam Books.
 14. Wallace, Amy. 2012. *Hiding in Plain Sight*. Eugene : Harvest House Publishers.

Передон Наталия. Тактики имплицитной актуализации согласия в структуре кооперативной стратегии коммуниканта-объекта примирения. В статье предпринята попытка исследовать природу тактик имплицитной актуализации согласия, использующихся коммуникантом, который является пострадавшей вследствие конфликта стороной (объектом примирения). Установлено, что анализируемые тактики применяются в пределах реализации кооперативной стратегии общения, поскольку манифестируют позитивное отношение к инициатору примирения и декларируют намерение возобновить с ним гармоничные отношения. На основе проведенного анализа фрагментов художественного текста, которые представляют коммуникативную ситуацию “примирение” в англоязычном неофициальном диалогическом дискурсе, выяснено, что целью использования тактик имплицитной актуализации согласия является минимизация вреда, нанесенного объекту примирения малефактивным поступком инициатора примирения, моральная поддержка партнера по коммуникации, а также манифестация желания и готовности объекта примирения вернуться к гармоничной модели коммуникации с инициатором примирения. Установлено, что в речи объекта примирения имплицитное согласие возобновить нарушенный в результате конфликта коммуникативный баланс с инициатором примирения декларируется с помощью тактик отрицания вины инициатора примирения, признания собственной вины, изменения оценки действия, смещения акцента, обобщения, демонстрации понимания причин малефактивного поступка инициатора примирения, подбадривания и предложения забыть о конфликте. Применяя анализируемые тактики, объект примирения полностью или частично опровергает ответственность инициатора примирения за дисгармонизацию межличностной интеракции, признает собственную вину в возникновении конфликтной ситуации, отмечает позитивный эффект, который произвело на него малефактивное поведение партнера по коммуникации, или же представляет конфликтную ситуацию как таковую, что не может негативно сказаться на дальнейшем гармоничном общении.

Ключевые слова: тактика имплицитной актуализации согласия, кооперативная стратегия, инициатор примирения, объект примирения.

Peredon Nataliia. The Tactics of Implicit Actualization of Consent Used by the Interlocutor who is the Object of Reconciliation within the Cooperation Strategy. The focus of the article is to explore the nature of the tactics of implicit actualization of consent used by the interlocutor who has suffered from the conflict and is the object of reconciliation. It has been determined that since the analyzed tactics are used to demonstrate a positive attitude to the initiator of reconciliation and declare the intention to resolve the conflict they implement the cooperative communication strategy. Having analyzed the fragments which represent the communicative situation of reconciliation in informal fiction discourse, the author has come to the conclusion that these tactics are aimed at minimizing the harm caused by the maleficent deed of the initiator of reconciliation, giving him moral support, as well as demonstrating willingness to restore harmonious relations. It has been determined that in the speech of the object of reconciliation the implicit consent to resolve the conflict can be declared by using the tactics of denying the initiator's guilt, admitting self-guilt, changing the assessment of the initiator's deed that has caused conflict, shifting the emphasis, generalization, demonstrating understanding of the reasons for the maleficent deed, cheering up and offering to forget the conflict. Using these tactics the object of reconciliation completely or partially denies the initiator's responsibility for the conflict, recognizes his own guilt in causing this conflict, emphasizes the positive effect caused by the maleficent deed of the initiator of reconciliation and manifests that the conflict situation is unable to affect the further harmonious relations negatively.

Key words: tactics of implicit actualization of consent, cooperation strategy, initiator of reconciliation, object of reconciliation.

УДК 81'373.7

Оксана Рогач

ТИПИ ПАРЕМІЙ ТА ПРИНЦИПИ ЇХНЬОЇ КЛАСИФІКАЦІЇ

Статтю присвячено поліаспектному аналізу ідіоматичного фонду мови з урахуванням структурного, семантичного й лінгвокультурного аспектів. Особливу увагу звернено на те, що саме прислів'я та приказки найкраще ілюструють стиль життя, географічне розташування, історію та традиції етнічної спільноти, яка є носієм певної культури. Ідіоматика національної мови відображає систему цінностей, суспільну мораль, світогляд, розуміння самих себе, а також інших людей і народів. Національні цінності, традиції та правила

поведінки закарбовані в ідіоматичних фондах мов, а їхнє розкодування та розуміння надзвичайно важливе для успішної міжкультурної комунікації в нинішньому глобалізованому світі, який вимагає глибоких фонових знань від учасників комунікативних процесів. Щодо диференційних ознак фразеологічних одиниць, то розмежовують національну та культурну специфіку фразеологізмів, яка визначається двома чинниками: об'єктивним, який проявляється в природних і культурних реаліях певного народу, і суб'єктивним, що припускає вибір мовних засобів у різних мовах для вираження однакових явищ і реалій. Культурна специфіка зумовлена елементами матеріальної чи духовної культури суспільства, його історією, звичаями, природно-географічними особливостями.

У лінгвістичній галузі існує низка принципів класифікації паремій, які базуються на опорних словах (лексичні, або енциклопедичні), алфавіті, тематичній групі, місці та часі укладання збірки паремій, на генетичній ознаці (походження народу і мови). Алфавітна класифікація домінує в більшості англійських і українських збірок паремій, проте при алфавітному принципі класифікації різні варіанти однієї паремії розміщуються в різних місцях. Здійснений аналіз вказує на те, що найпоширенішою є тематична класифікація паремій, оскільки саме вона найточніше передає релевантність мовних одиниць до різноманітних сфер діяльності людини.

На основі ознаки перекладності/неперекладності виділено паремії та фразеологічні одиниці, які мають еквіваленти в інших мовах, можуть бути перекладені описово, або ж потребують додаткових історико-культурних коментарів та пояснень.

Ключові слова: ідіоматичний фонд мови, паремії, класифікація, національна культура, національні цінності.

Постановка наукової проблеми та її значення. Тема пропонованої наукової розвідки зумовлена тим, що незважаючи на постійний інтерес мовознавців до ідіоматики національних мов, у сучасному комунікативному просторі фразеологічні одиниці, прислів'я та приказки набувають нових семантичних та прагматичних ознак, які потребують полівекторного аналізу та лінгвокультурних пояснень. Національні цінності, традиції та правила поведінки закарбовані в ідіоматичних фондах мов, а їхнє розкодування та розуміння надзвичайно важливе для успішної міжкультурної комунікації в нинішньому глобалізованому світі, який вимагає глибоких фонових знань від учасників комунікативних процесів. У лінгвістичній галузі існує низка принципів класифікації паремій, які базуються на опорних словах (лексичні, або енциклопедичні), алфавіті, тематичній групі, місці та часі укладання збірки паремій, на ознаці походження (народ і мова) тощо.

Аналіз дослідження цієї проблеми. Фразеологічні одиниці, прислів'я та приказки, ідіоми завжди перебували в центральній зоні наукових мовознавчих студій вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, фольклористів, культурологів, соціологів тощо. Дослідженням та класифікацією паремій займалися такі відомі наковці, як Б. Ажнюк, Л. Авксент'єв, М. Алефіренко, О. Антонова, Л. Булаховський, В. Гак, О. Дубенко, В. Виноградов, В. Мокієнко, R. Fergusson, F. Hist, A. Hyamson, J. Speake, J. Simpson та багато інших. Особливої уваги заслуговують збірки національних паремій, укладені К. Баранцевим, В. Даль, А. Куніним, М. Номисом, І.Франком, R. Fergusson, які не тільки зібрали й упорядкували пареміологічний фонд англійської, української та російської мов, але й здійснили їхню тематичну, етимологічну та лінгвокультурологічну інтерпретацію.

Актуальність цієї наукової розвідки полягає в тому, що істини та цінності, закладені в ідіоматичному фонді, не втрачають своєї важливості, проте зазнають певних модифікацій з урахуванням змін, що відбуваються в національних культурах та на міжнародному рівні. Саме тому вивчення паремій лишається на часі та потребує постійної уваги науковців.

Мета дослідження полягає в здійсненні поліаспектного аналізу паремій з погляду їхньої структури, тематики та узусу в англійському культурному середовищі.

Ідіоматика мови відображає систему цінностей, суспільну мораль, світогляд, розуміння себе, інших людей та народів. Прислів'я та приказки найкраще ілюструють стиль життя, географічне положення, історію та традиції етнічної спільноти, яка є носієм певної культури.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У лінгвістичній галузі існує низка принципів класифікації паремій, які базуються на опорних словах (лексичні, або енциклопедичні), алфавіті, тематичній групі, місці та часі укладання збірки паремій, на ознаці походження (народ і мова).

Серед основних типів класифікації паремій можна виокремити такі:

1. *Алфавітна класифікація*. Вона передбачає розміщення прислів'їв і приказок у алфавітному порядку залежно від перших букв першого слова. Алфавітна класифікація домінує в більшості англійських і українських збірок паремій. Однак при алфавітному принципі класифікації різні варіанти однієї паремії розміщуються в різних місцях. Такий спосіб укладання є незручним для перекладних паремій, тому що одна паремія може мати декілька перекладів.

2. *Класифікація за опорними словами* характеризується розподілом паремій за ключовими словами, з яких складається прислів'я чи приказка. Наприклад, паремію *My home is my castle* [11] (українські аналоги *Чия хата, того й правда* [9, с. 720] та *Своя хата – своя правда, своя стріха – своя втіха* [4, с. 579]) можна віднести до групи про дім. Такий спосіб класифікації паремій зручний для пошуку відомих приказок і прислів'їв. Проте при такій класифікації однакові за змістом, але різні за лексичним складом паремії потрапляють в різні групи, а близькі за компонентами, але різні за змістом – в одну.

3. *Генетична класифікація* поділяє матеріал за ознакою походження, тобто народом і мовою. Одним із найбільших недоліків такої класифікації є повторення однакових паремій.

4. *Тематична класифікація* передбачає розподіл паремій за темами та змістом. Так, паремію *Nightingales will not sing in a cage* [10, р. 254] (український відповідник *Воля пташці краща від золотої клітки* [9, с. 23]) можна віднести до групи про свободу, волю. Серед недоліків такої класифікації можна виокремити переносне значення паремій, які можна віднести до декількох груп одночасно. Поділ паремій на теми є суб'єктивним, й кожен укладач такої пареміологічної збірки може на свій розсуд поділяти паремії на тематичні групи.

Таким чином, кожен із принципів класифікацій має свої недоліки і переваги та може застосовуватися в різних випадках, залежно від цілей наукових розвідок.

Лексикограф В. І. Даль поділив паремії на 179 тематичних груп. Наприклад, прислів'я про віру (Бог, гріх, набожність, розкол тощо), про долю (терпіння, надія тощо), про щастя (везіння), про багатство та бідність тощо. Такий поділ на тематичні групи показує життя народу та його ставлення до буття загалом. Беручи до уваги багатозначність прислів'їв, дуже часто В. І. Даль також відносив одну приказку до різних тематичних груп [2, с. 87].

Тритомний збірник І. Я. Франка "Галицько-руські народні приповідки" став першим пареміологічним дослідженням українського національного характеру. Дослідник зумів укласти збірку, в якій усі паремії проаналізовані, опрацьовані, систематизовані. Пареміологічна концепція І. Я. Франка бере до уваги сутність жанру, особливості виникнення та побутування, які найважливіші критерії оцінювання паремій. Збірка містить прислів'я, приказки, порівняння, вітання, побажання, прокляття, мудрування, каламбури, нісенітниця тощо. І. Я. Франко розглянув питання теорії жанру, як проблему класифікації паремій (алфавітну, тематичну тощо), видове розмежування паремій (порівняння, прикмети, примовки, вітання, побажання, прокляття тощо), дефініцію жанру, семантичний аналіз паремій з урахуванням ситуації спілкування, національну приналежність паремій (національні, інтернаціональні, місцеві тощо). Збірка має велике значення, як джерело вивчення автентичного фольклорного матеріалу [6].

Лінгвіст О. М. Антонова також виокремлює принцип класифікації паремій за сферами життя суспільства, яку вони відображають. Така класифікація найкраще ілюструє національно-культурний компонент пареміологічних одиниць. Таким чином, паремії поділено на такі групи:

- паремії, що виникли на основі трудової діяльності різних соціальних груп;
- паремії, що відображають устрій суспільства, соціальну ієрархію, історичні факти та реалії;
- паремії традиційного побутового характеру, що виникли на основі побуту, ритуалів, традицій;
- паремії, що відображають географію країни;
- паремії, що виникли на основі літературних джерел, законів, преси тощо [1, с. 152].

Ураховуючи національно-культурний компонент та його відображення в пареміях, можна виокремити перші дві групи, які найяскравіше відображають трудову діяльність та соціальну організацію суспільства.

Паремії, що виникли на основі трудової діяльності, відображають ставлення до праці та життя і побут представників різних професій. Так, наприклад, колективна праця, що не дає користі, відображається в британському прислів'ї *Too many cooks spoil the broth* [4, с. 782] (українські аналоги *Сім баб – сім рад, а дитя безпуне* [5] та *Де багато господинь, там хата неметена* [8]).

Паремії, що використовують на позначення трудової діяльності, також можуть відображати ставлення до певних сфер діяльності. Наприклад, *Every barber knows that* [11] перекладається, як *Кожен перукар це знає* [5], і має український відповідник *По секрету всьому світу* [5], а *The tailor makes the man* [11] дослівно перекладається, як *Кравець робить людину* [5] та має відповідник *Дерево листя прикрашають, а людину одяг* [9, с. 46]. Можна припускати, що будь-яка паремія цієї групи створена людиною чи групою людей за певних умов, однак джерела багатьох паремій втрачені, тому можна стверджувати, що паремії мають затемнену етимологію. Тому, при аналізі паремій ми досліджуємо й культуру країни, свідомість та менталітет народу.

У кожній мові можна визначити лексичні пласти мови, які сприяють утворенню фразеологічних одиниць. Багато з них є міжнаціональними та не втрачають значення при перекладі. Наприклад, англійська паремія *A new broom sweeps clean* [10, р. 22] перекладається українською, як *Нова мітла по-новому мете* [5], а *Look after your clothes when they are spick and span, and after honor when you are a young man* [4, с. 167] має український аналог *Бережи одяг, доки новий, а здоров'я – доки молодий* [4, с. 15].

Дослідник В. Г. Гак розмежує національну та культурну специфіку фразеологізмів, яка визначається двома чинниками: об'єктивним, який проявляється в природних і культурних реаліях певного народу, і суб'єктивним, що припускає вибір мовних засобів у різних мовах для вираження однакових явищ і реалій. Культурна специфіка зумовлена елементами матеріальної чи духовної культури суспільства, його історією, звичаями, природно-географічними особливостями [3, с. 150].

На основі такого поділу можна виокремити такі групи паремій:

- ідентичні за формою та значенням паремій;
- паремії, які мають схожу форму та однакове значення;
- паремії, які мають різну форму, але однакове значення;
- абсолютно різні за формою та значенням паремій.

До першої групи відносять паремії, які не мають національно-культурної специфіки, але повністю ідентичні в різних мовах. Зазвичай, ці паремії латинської мови або запозичені однією мовою з іншої. Наприклад, *If you run after two hares, you will catch neither* [11] перекладається українською *За двома зайцями поженешся – жодного не впіймаєш* [4, с. 421].

До другої групи належать однакові за значенням, але різні за планом вираження паремії. У таких пареміях використовують однакові ключові слова, які несуть у собі основний зміст. Такі паремії можуть відрізнятися порядком слів чи синтаксичною структурою. Наприклад, *Actions speak louder than words* [11] має український відповідник *Судять не за словами, а по справах* [9, с. 489].

Третю групу утворюють паремії, які відображають національну специфіку. У них однакові реалії репрезентуються різними лексичними одиницями. Наприклад, британська паремія *All will come out in the washing* [10] має український відповідник *Згодом все мене* [4, с. 130].

Четверта група складається з паремій, які не мають аналогів в інших культурах. Наприклад, паремія *The act proves intention* [4, с. 45] не має українських відповідників, а може бути лише дослівно перекладена *Дія підтверджує намір* [5].

Британський лінгвіст Дж. Сімпсон зазначає, що “паремії можна поділити на три основні групи: а) паремії, що мають форму абстрактних тверджень та передають загальновідомі істини: *Absence makes the heart grow fonder* [11] – *Розлука робить сильнішими почуття* [5]; б) паремії, що використовують особливі щоденні спостереження для узагальнень: *You can take the horse to the water, but you can't make him drink* [7, с. 379] – *Ви можете привести коня до води, але ви не можете примусити його пити* [5]; в) прислів'я та приказки, що ґрунтуються на традиційній мудрості та фольклорі: *Red sky at night, shepherd's delight; red sky in the morning, shepherd's warning* [7, с. 371] – *Червоне небо ввечері – радість вівчареві; червоне небо вранці – засторога вівчареві* [6, с. 620].

У нашій роботі ми використали принцип класифікації паремій за тематичними групами, оскільки така класифікація найбільше й найкраще може показати життя народу та його світогляд. На основі такої класифікації можна побачити духовне життя народу і його менталітет. Вибірка прислів'їв та приказок відображає позитивну та негативну оцінку людських якостей носіями британської культури, етичні норми, правила поведінки в соціумі, відношення нації через її культуру та мову до світу, інших народів і культур.

Дж ерела та література

1. Алефіренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка : учеб. пособие / Н. Ф. Алефіренко. – М. : Флинта : Наука, 2010. – 288 с.
2. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології / М. Ф. Алефіренко. – Харків : Вид-во при Харк. держ. ун-ті вид. об'єднання “Вища шк.”, 1987. – 133 с.
3. Гак В. Г. Опыт объяснения некоторых семантических механизмов пословицы / В. Г. Гак // Паремиилогические исследования : сб. статей. – М., 1984. – С. 149–177.
4. Англо-український фразеологічний словник : близько 30 000 фразеологічних виразів / уклад. К. Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – Київ : Знання, 2005. – 1056 с.
5. Англо-українські словники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e2u.org.ua>
6. Галицько-руські приповідки : у 3-х т. [Електронний ресурс] / зібрав, упорядкував і пояснив др. Іван Франко. – 2-е вид. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – Т. 1. – 832 с. ; Т. 2. – 818 с. ; Т. 3. – 699 с. – Режим доступу : <http://elib.nplu.org/collection.html?id=240>
7. Дубенко О. Ю. Англо-американські прислів'я та приказки : навч. посіб. для ВНЗ [Електронний ресурс] / О. Ю. Дубенко. – Вінниця, 2004. – 416 с. – Режим доступу : https://books.google.com.ua/books?id=_jPQCgAAQBAJ&pg=PA407&lpg=PA407&dq#v=onepage&q&f=false
8. Етимологічний словник української мови [Електронний ресурс]. – Київ : Наук. думка, 1982–1989. – Т. I–III. – Режим доступу : http://litopys.org.ua/djvu/etymolog_slovnyk.htm
9. Українські прислів'я, приказки і таке інше / укл. М. Номис. – Київ : Либідь, 1993. – 768 с.
10. Dictionary of English Phrases by Albert M. Hyamson, F. R. Hist. S. – London : George Routledge & Sons, Ltd. New York : E. P. Dutton & Co., 1922. – 365 p.
11. Oxford Dictionary of Proverbs [Electronic resource] / edited by J. Speake. – Oxford University Press, 2015. – 416 p. – Available at : <https://books.google.com.ua/books?id=GtBxCgAAQBAJ>

References

1. Alefirenko, N. F. 2010. *Lingvokulturologiia: Tsennostno-Smyslovoie Prostranstvo Yazyka*. Moskva: Flinta; Nauka.
2. Alefirenko, M. F. 1987. *Teoretychni Pytannia Frazelohii*. Kharkiv: Vyd-vo pry Khark. derzh. un-ti vyd. obiednannia “Vyshcha shk”.
3. Gak, V. G. 1984. “Opyt Obiasneniia Nekotorykh Semanticheskikh Mekhanizmov Poslovitsy.” In *Paremiologicheskiye issledovaniya*. Moskva, 149–177.
4. *Anhlo-ukrainskyi frazeolohichnyi slovnyk* : blyzko 30 000 frazeolohichnykh vyraziv. 2005. Kyiv: Znannia.
5. *Anhlo-Ukrainski Slovnyky* [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu : <http://e2u.org.ua>
6. *Halytsko-Ruski Prypovidky : u 3-kh t.* 2006. Lviv: Vyd. tsentr LNU im. Ivana Franka. Rezhym dostupu : <http://elib.nplu.org/collection.html?id=240>
7. Dubenko, O. Yu. 2004. *Anhlo-Amerykanski Prysliv'ia ta Prykazky*. Vinnytsia. Rezhym dostupu : https://books.google.com.ua/books?id=_jPQCgAAQBAJ&pg=PA407&lpg=PA407&dq#v=onepage&q&f=false
8. *Etymolohichnyi Slovnyk Ukrainskoi Movy*. 1982–1989. Kyiv: Nauk. dumka. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu : http://litopys.org.ua/djvu/etymolog_slovnyk.htm
9. *Ukrainski Prysliv'ia, Prykazky i Take Inshe*. 1993. Kyiv: Lybid.
10. *Dictionary of English Phrases*. 1922. London : George Routledge & Sons, Ltd ; New York: E. P. Dutton & Co.
11. *Oxford Dictionary of Proverbs*. 2015. Oxford: Oxford University Press.

Рогач Оксана. Типы паремий и принципы их классификации. Статья посвящена полиаспектному анализу идиоматического фонда языка с учётом структурного, семантического и лингвокультурного аспектов. Особое внимание обращено на то, что именно пословицы и поговорки наилучшим образом иллюстрируют стиль жизни, географическое положение, историю и традиции этнического сообщества, которое является носителем определённой культуры. Идиоматика национального языка отображает систему ценностей, общественную мораль, мировоззрение, понимание самих себя, а также других людей и народов. Национальные ценности, традиции и правила поведения закреплены в идиоматических фондах языков, а их раскодирование и понимание крайне важно для успешной межкультурной коммуникации в современном глобализованном мире, который требует глубоких фоновых знаний от участников коммуникативных процессов. Что касается дифференциальных черт фразеологических единиц, то разделяют национальную и культурную специфику фразеологизмов, которая определяется двумя факторами: объективным, проявляющимся в природных и культурных реалиях определённого народа, и субъективным, который регламентирует выбор языковых средств в разных языках для выражения одинаковых явлений и реалий. Культурная специфика обусловлена элементами материальной или духовной культуры общества, его историей, обычаями, природно-географическими особенностями.

В лингвистической сфере существует ряд принципов классификации паремий, которые базируются на опорных словах (лексические или энциклопедические), алфавите, тематической группе, месте или времени составления собраний паремий, на генетическом признаке (происхождение народа и языка). Алфавитная классификация доминирует в большинстве английских и украинских собраний паремий, но, при алфавитном принципе классификации разные варианты одной и той же паремии размещаются в разных местах. Проведённый анализ указывает на то, что самой распространённой является тематическая классификация паремий, поскольку именно она наиболее точно передаёт релевантность языковых единиц к разнообразным сферам деятельности человека.

На основе признака переводимости/непереводимости выделено паремии и фразеологические единицы, которые имеют эквиваленты в других языках, могут быть переведены дескриптивно, или же требуют дополнительных историко-культурных комментариев и объяснений.

Ключевые слова: идиоматический фонд языка, паремии, классификация, национальная культура, национальные ценности.

Rohach Oksana. Types of Proverbs and Sayings and Principles of their Classification. The article is devoted to the multidimensional analysis of the idiomatic corpus of a language with the consideration of the structural, semantic and linguocultural aspects. A special attention has been paid to the fact that proverbs and sayings reflect a life style, geographical location, history and tradition of a nation that is a bearer of a certain culture. A language idiomatic corpus represents a system of values, social morale, worldview, self-understanding of a nation and its perception of other people and nationalities. National values, traditions and norms of behaviour are encoded in the idiomatic funds of national languages and their decoding and comprehension are of a paramount importance for a successful cross-cultural communication in the modern globalized world which requires profound background knowledge of the participants of communicative processes. As to the distinctive features of phraseological units, scholars point out national and cultural peculiarities that are defined by the following factors: the objective one which is expressed in the natural and cultural realia of a nation, and the subjective that includes the choice of language means in various languages to express the same phenomena and realia. Cultural specificity is caused by the elements of the material or spiritual culture of a society, its history, traditions, and natural geographical peculiarities.

In the linguistic sphere there are several principles of the classification of proverbs and sayings. They can be based on the key words (lexical or encyclopedic), alphabet, thematic group, place and time of the compilation of the dictionary of proverbs, genetic feature (the origin of a language and nation). An alphabetic classification prevails in the majority of English and Ukrainian dictionaries of proverbs but the alphabetic principle of classification causes the variants of one and the same proverb to be placed in different places. At the same time the conducted analysis has shown that a thematic classification of proverbs is the most popular one as it proves the relevance of language units to various aspects of human activities in the most accurate way.

On the basis of another feature of proverbs – their translatability – proverbs and phraseological units were divided into three groups: the ones that have equivalents in other languages, can be translated descriptively or accompanied by additional historical cultural comments and explanations.

Key words: idiomatic corpus of a language, proverbs and sayings, classification, national culture.

УДК 811.111'42:32+94(73)“20”(092)Трамп

Юлія Розенгарт

ЛІНГВАЛЬНИЙ ПРОФІЛЬ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИКА-НЕПРАВДОМОВЦЯ

Статтю присвячено встановленню лінгвального профілю Д. Трампа як політика-неправдомовця на основі вивчення лінгвокогнітивних аспектів повідомлення ним неправдивих даних в англomовному політичному дискурсі. Окреслено набір мовних маркерів маніпулятивного впливу мовця на адресата, введення яких сприяє спотворенню картини світу адресата. Автор досліджує функції дискурсивних маркерів, дейктичних одиниць, що слугують засобами реалізації інтенцій політика. Неочевидність використання мовцем цих одиниць у політичному дискурсі викликає потребу застосування комп'ютерних програм, серед яких найпродуктивнішою, на думку автора, є розроблена техаськими вченими під керівництвом Дж. Пеннебейкера (2010) програма “Linguistic Inquiry and Word Count” (LIWC).

Ключові слова: політичний дискурс, лінгвальний профіль, неправдомовець, маркери брехні, Linguistic Inquiry and Word Count.

Постановка наукової проблеми та її значення. Дискурс – багатоаспектна когнітивно-комунікативно-мовна система-гештальт, що визначається сукупністю трьох аспектів: формуванням ідей та переконань (когнітивний аспект), взаємодією комунікантів у певних соціально-культурних контекстах/ситуаціях (соціально-прагматичний аспект) та використанням знаків, вербальних і паравербальних (мовний аспект) [4, с. 115–116]. Дискурс також уважають як “систему комунікації, що має реальний і потенційний (віртуальний) вимір” [5, с. 11]. Визначальними категоріями політичного дискурсу, що є *об'єктом* нашого дослідження, є когнітивні, комунікативні, метадискурсивні, а також контекстні категорії, що охоплюють політичну ідеологію адресата й адресанта, регулюють стиль і прагматичний вимір політичного дискурсу [2; 5; 8]. *Предмет* цієї розвідки – лінгвальні маркери неправдивості повідомлення політика.

Зупинімося докладніше на категоріях дискурсу для реалізації **мети нашого дослідження**, яка полягає в установленні лінгвального профілю англomовного політика неправдомовця. Оскільки одним із провідних завдань було випрацювати загальну картину лінгвальних маркерів неправди в англomовному політичному дискурсі, потрібно з'ясувати, в межах яких категорій дискурсу конструюється неправда.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Сьогодні відсутня загальноприйнята лінгвістами думка щодо дискурсивних категорій. Категорію тлумачить філософія як форма відображення в думці універсальних законів об'єктивного світу, гранично загальне фундаментальне поняття, що відбиває найсуттєвіші, закономірні зв'язки й відношення дійсності та пізнання [4, с. 119]. В. І. Карасик пропонує виокремлювати таку класифікацію категорій дискурсу: 1) конститутивні (оформленість, тематична й структурно-стилістична єдність та відносна завершеність); 2) жанрово-стилістичні, що характеризують тексти в плані їхньої відповідності функціональним різновидам мовлення; 3) змістові, або семантико-прагматичні, що розкривають смисл тексту; 4) формально-структурні, що характеризують спосіб організації тексту [3, с. 241]. І. С. Шевченко узагальнює підходи до категорій дискурсу, виокремлюючи когнітивні, комунікативні, що дають уявлення про змістовий план дискурсу, та метадискурсивні, які дають змогу судити про план вираження дискурсу – його структуру, організацію, розгортання. Серед метадискурсивних категорій слід виокремлювати категорії кооперації та ввічливості, представлені комунікативними стратегіями й тактиками; жанрово-стилістичні особливості; фатичну метакомунікацію; операціональну категорію зміни ролей. У межах першої категорії стратегії дискурсу пов'язуємо з комунікативними постулатами, або максимами Г. П. Грайса [10]. У контексті нашого дослідження йдеться про порушення максими якості. Максима якості інформації передбачає, що мовець не має говорити того, що він вважає неправдивим, або того, для чого немає достатніх підстав. Порушення принципу кооперації з боку одного зі співрозмов-

ників призводить до відмови від співпраці, а відтак імплікує перехід до стратегії маніпуляції з боку адресанта.

Нарешті, слід виокремлювати гіперкатегорію інтердискурсивності, що характеризує інтеракцію, – перетин та інтеграцію різних видів знань і практики інших видів дискурсу в конкретному дискурсі [4, с. 119–122]. Двома аспектами реалізації гіперкатегорії інтердискурсивності в політичному дискурсі є сугестивність та персуазивність [2, с. 5], властиві іншим типам дискурсу. Для формування неправдивого висловлювання політик може вдаватися до обох типів впливу на адресата задля досягнення власних прагматичних цілей на основі дискурсивних стратегій.

Інструментальним вираженням персуазивності, зокрема, є маніпуляції, спрямовані на зміну (послаблення чи посилення) певної соціально-індивідуальної позиції. Під сугестивністю науковці розуміють прихований вплив, передусім словесний, що сприймається на віру та без критичної оцінки; це навіювання, наштовхування на думку. Сугестивний і персуазивний вплив здійснюється з використанням стратегій, що реалізуються за допомогою певних тактик [2, с. 5]. Аналіз неправдивих висловлень неодмінно супроводжують персуазивність та сугестивність, оскільки обидві спрямовані на вплив на адресата, адже успішний обман іншої особи зазвичай залучає маніпуляцію мовними засобами [cf: 7] з боку мовця, а також конструювання дискурсивної структури у вигляді історії (розповіді), яка була б правдоподібною. Окрім конструювання переконливої історії, неправдомовець має відібрати такі мовні засоби, обробка яких адресатом викликала б ілюзію щирості [12].

До мовних засобів – потенційних маркерів дискурсивної стратегії спотворення картини світу, як свідчать дослідження під керівництвом Дж. Пеннебейкера та колег, належать функціональні слова, зокрема займенники, сполучники, артиклі тощо. Для реалізації цієї мети застосовано *метод* комп'ютерної обробки даних на основі категорій програми LIWC 2015, що слугують значущими предикторами нещирості повідомлення [14]. До їхнього складу належать займенники першої особи однини, третьої особи, слова-позначники негативних емоцій, слова-позначники винятковості, дієслова-позначники руху тощо (див. нижче). Лінгвальний профіль неправдомовця можна побудувати на основі методів систематизації та узагальнення емпіричних даних. Метод дискурс-аналізу на основі застосування комп'ютерного інструмента аналізу LIWC 2015 разом з іншими інструментами лінгвістичного аналізу допомагає встановити, зокрема, лексичну щільність тексту на основі підрахунку відношення кількості вжитих автором різних слів (що не повторюються) щодо загальної кількості слів у всьому тексті, середньої довжини висловлювань [див. 1]. Застосування комп'ютеризованого аналізу тексту дало змогу побудувати мовний профіль нещирого мовця і перевірити його на емпіричних даних (прикладях).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. *Лінгвальний профіль неправдомовця.* Попри те, що неправдомовці намагаються контролювати зміст своїх фальшивих повідомлень, їхній мозок може виявляти тенденцію до “витікання”, що їх дослідник може виявити шляхом аналізу стилю, або способу викладу мовцем інформації. Згідно з останніми дослідженнями неправдивого дискурсу [див. 9], брехуни, порівняно з правдомовцями, послуговуються меншою кількістю займенників першої особи, слів із семантикою винятковості, проте більшою кількістю слів-позначників негативних емоцій, дієслів, що позначають “рух” [11]. Наші попередні дані обробки програмою LIWC 2015 засвідчили, що в досліджуваних текстах неправдивий дискурс загалом характеризувала менша кількість займенників першої особи однини, третьої особи, слів-позначників винятковості, натомість більша кількість слів-позначників негативних емоцій та дієслів руху.

Проаналізуємо ці аспекти докладніше. Непріоритетність вибору займенників першої особи вважають спробою неправдомовця “дистанціюватися” від брехні. Самореференція показує, що мовець щирий сам із собою [13]. Через те, що вигадані історії не відбивають реальне ставлення чи досвід неправдомовця, він намагається залишатися осторонь, не “вкладаючи себе” в

своє мовлення. Загалом, що вище щільність (частотність) ужитих займенників, тим більша ймовірність того, що мовець каже неправду.

Використання слів із негативною семантикою може бути викликано відчуттям провини мовця через саму брехню чи через речі, про які він бреше. Унаслідок емоційної напруги [cf.: 6] та провини мовець може висловлювати більше негативних емоцій, що фіксується у збільшенні в його мовленні слів із такою семантикою, зокрема, слів із психологічної категорії тривоги (anxiety). Висока щільність заперечних конструкцій також може свідчити про потенційну нещирість мовця.

Неправдомовці виявляють тенденцію вживати меншу кількість слів із значенням “винятковості”, наприклад: *but, except, without*, що з лінгвістичного погляду свідчить про нижчий ступінь когнітивної складності. Такі слова маркують аспекти організації мовцем змістових даних, що належать до певної категорії, а які залишаються поза її межами. Слід зауважити, що конструювання вигаданої історії потребує від мовця додаткових когнітивних ресурсів, яких зазвичай йому не вистачає. Більша кількість прийменників також свідчить на користь правдоподібнішого дискурсу. Середня довжина висловлювань також свідчить про ступінь когнітивної складності дискурсу: вочевидь, неправдомовцеві не вистачає когнітивних ресурсів породжувати неправдиві висловлювання та намагатися ускладнювати синтаксичну структуру його дискурсу.

За останніми даними науковців [12], неправдомовці, на відміну від правдомовців, послуговуються більшою кількістю дієслів зі значенням “руху”, наприклад, *walk, go, carry*. Це також знижує когнітивну складність мовлення. Конструювання вигаданого дискурсу покладається на такі дієслова, адже вони конкретніші, доступ до них полегшений більшою мірою, ніж до когнітивних дієслів типу *think, believe*. Надання конкретних даних під час породження брехні загалом характерно для профілю неправдомовця [12, с. 672]: він схильний до менших абстракцій. Отже, звернімо увагу на те, що неправдомовцю легше продукувати неправду шляхом використання когнітивно менш складної синтаксичної структури, послуговуватися словами з негативною семантикою та заперечними конструкціями. Тому під час психолінгвістичного аналізу політичного дискурсу досліднику слід спиратися радше на спосіб викладу інформації мовцем, а не на зміст його висловлень.

Незалежно від особи займенників, існує позитивна кореляція між кількістю займенників та ймовірністю повідомлення неправди. Водночас збільшення займенників 2-ї особи маркує дистанціювання мовця від повідомлюваних фактів. Отож, результати психолінгвістичного аналізу свідчать, що англomовні політики-неправдомовці застосовують дистанційовальні дискурсивні стратегії [12]. Проте йдеться про дистанціювання від змісту повідомлення, а не від комунікативного партнера.

Результати аналізу прикладів трьох виступів Д. Трампа [15; 16; 17] засвідчують, що говорячи неправду, Д. Трамп згадує інших осіб для підтримки своїх фальшивих поглядів. Одним із пояснень, чому мовець вдається до таких стратегій, є те, що він не стільки використовує стратегію дистанціювання, а радше керування (“managing strategies”), що сприяє конструюванню брехні. Інакше кажучи, комуніканти зазвичай схильні говорити про себе (правду), тому таке комунікативне завдання не складне і не потребує залучення й докладання інтенсивних когнітивних зусиль. Водночас, коли завдання ускладнюється (під час породження обману) і потребує залучення вищого ступеня когнітивних зусиль, неправдомовцеві доводиться вдаватися до ширшого фонду знань, тобто змішувати фокус на інших.

Як зазначали вище, для аналізу програмою LIWC обрано три уривки промов Д. Трампа обсягом приблизно 2700 слів кожен: 1) щодо податкової реформи (Tax Reform – **TR**) від 30 серпня 2017 р.; 2) щодо зміни клімату та паризької угоди (Climate Change – **CC**) від 1 червня 2017 р.; 3) на 72-й сесії Генеральної асамблеї ООН (**UN**) від 19 вересня 2017 р., які розміщені в такому ж порядку в таблиці 1.

Таблиця 1

Зіставний аналіз трьох промов Д. Трампа на основі програми LIWC 2015

Speech	WC	Sixltr	WPS	function	ppron	I	we	you	they	Prep	negate	posemo	negemo	insight	cogproc	motion	N exclus
TR	2697	19,5	13,4	52,7	10,4	1,5	4,9	1,5	2,2	13,1	1,3	3,9	1,4	1,3	10,1	2,2	34
CC	2726	21,9	18,9	51,1	7,1	1,6	4,1	0,4	1,0	14,4	1,6	4,1	1,9	1,0	8,5	2,2	20
UN	2706	25,1	21,0	48,8	5,9	0,5	3,7	0,2	1,3	14,5	1,1	5,6	3,7	1,2	9,5	1,0	49

Як засвідчили дані комп'ютерної обробки із застосуванням програми LIWC 2015, когнітивно складнішим виявився останній виступ Д. Трампа: простежено вищі коефіцієнти питомої ваги прийменників / Prep: TR 13,05 – CC 14,42 – UN 14,52; слів, довших за 6 букв/Sixltr (TR 19,5 – CC 21,9 – UN 25,1); середній розмір речень / WPS (TR 13,4 – CC 18,9 – UN 21,0); питома вага всіх функціональних слів/function (TR 52,7 – CC 51,1 – UN 48,8); особових займенників/ppron (TR 10,4 – CC 7,1 – UN 5,9); займенника I (TR 1,5 – CC 1,6 – UN 0,5); слів, що позначають когнітивні процеси/cogproc (TR 10,1 – CC 8,5 – UN 9,5); дієслів «руху»/motion (TR 2,2 – CC 2,2 – UN 1,0); кількості слів із семантикою винятковості /exclus (TR 34 – CC 20 – UN 49).

Щодо категорій займенників першої особи, категорій заперечних конструкцій (negate); негативних емоцій (negemo), наші дані не підтвердили результати загаданих вище попередніх зарубіжних досліджень.

Щодо показників норми, то для займенника першої особи однини вона має становити від 5,5 до 8,7; когнітивних процесів вона має коливатися в межах 10,7 до 12,5. Як бачимо, всі три виступи мають зменшені показники щодо норми, що характеризує мовлення як таке, що має надзвичайно низький ступінь правдивості. Водночас, одержані дані засвідчують, що останній виступ Д. Трампа на Генасамблеї ООН характеризує вищий ступінь правдивості, проте лише в зіставленні з першими двома.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Результати лінгвістичного аналізу трьох промов Д. Трампа засвідчили, що лінгвальними предикторами неправдивості політика слугують: низькі показники когнітивної складності дискурсу, що маркуються малою питомою вагою прийменників, довгих слів, середнього розміру речень. Крім того, для нещирого мовця характерно вживання більшої (порівняно з правдомовцем) кількості функціональних слів, серед яких особові займенники, дієслів “руху”; меншої кількості слів із семантикою винятковості. На основі аналізу вербальних даних можна з'ясувати мовленнєві маркери – предиктори неправди: брехуни та правдомовці вживатимуть мову по-різному, що можна з певним ступенем імовірності передбачати.

Недоліками дослідження можна вважати те, що його результати поширюватимуться лише на американський варіант англійської. Крім того, мовні засоби вираження неправди варіюватимуться залежно від того, чи це мотивований неправдомовець чи немотивований, адже лінгвальний профіль відродженого мовця зазнаватиме змін залежно від психологічного контексту протікання дискурсу.

Серед перспектив подальшого дослідження назвемо вивчення зіставних характеристик правдивого та неправдивого політичного дискурсу на основі зміни частотності вживання множини іменників, варіативності арсеналу мовних засобів – позначників соціальної та психологічної дистанції між політиком та його комунікантами.

Джерела та література

1. Засекін С. В. У пошуках перекладацьких універсалій: корпусний підхід до експліцитації / С. В. Засекін, І. М. Колесникова // Психолінгвістика. – 2016. – Вип. 19 (1)/(2). – С. 36–46.
2. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англомовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. – Запоріжжя, 2016. – 20 с.
3. Карасик В. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.

4. Шевченко И. С. Концептуализация коммуникативного поведения в дискурсе / И. С. Шевченко // Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. моногр. / Е. В. Бондаренко, А. П. Мартынюк, И. Е. Фролова, И. С. Шевченко ; под ред. И. С. Шевченко. – Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. – С. 106–147.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 367 с.
6. Яновець А. І. Психолінгвістичні особливості дискурсу англomовного політика у стані емоційної напруги : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / А. І. Яновець. – Херсон, 2014. – 20 с.
7. Dobzhanska-Knight N. Linguistic manipulative techniques in advertising slogans of fast food restaurants / N. Dobzhanska-Knight, K. Voitko // *East European Journal of Psycholinguistics*. – 2017. – Vol. 4, No. 2. – P. 14–22.
8. Dijk T. van. *Discourse and Power* / Teun van Dijk. – N. Y. : Palgrave Macmillan, 2008. – 256 p.
9. Duran N. D. The linguistic correlates of conversational deception: Comparing natural language processing technologies / N. D. Duran, C. Hall, P. M. McCarthy, D. McNamara // *Applied Psycholinguistics*. – 2010. – Vol. 31. – P. 439–462.
10. Grice H. P. *Logic and Conversation* / H. P. Grice // *Studies in the Way of Words*. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1991. – P. 22–40.
11. McCarthy P. M. The Devil is in the Details: New Directions in Deception Analysis / P. M. McCarthy, N. D. Duran, L. M. Booker // *Proceedings of the 25th International Florida Artificial Intelligence Research Society Conference* / P. M. McCarthy & M. Youngblood (eds.). – Menlo Park, CA : The AAAI Press, 2012.
12. Newman M. L. Lying words: Predicting deception from linguistic style / M. L. Newman, J. W. Pennebaker, D. S. Berry, J. M. Richards // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2003. – № 29. – P. 665–675.
13. Shapiro D. On the psychology of self-deception / D. Shapiro // *Social Research*. – 1996. – Vol. 63. – № 3. – P. 785–800.
14. Tausczik Y. R. The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods / Y. R. Tausczik, J. W. Pennebaker // *Journal of Language and Social Psychology*. – 2010. – Vol. 29, No. 1. – P. 24–54.
15. Remarks by President Trump on Tax Reform [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-tax-reform-springfield-mo/>
16. Statement by President Trump on the Paris Climate Accord [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/statement-president-trump-paris-climate-accord/>
17. Remarks by President Trump to the 72nd Session of the United Nations General Assembly [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-72nd-session-united-nations-general-assembly/>

References

1. Zasiakin, S., Kolesnikova, I. 2016. “In search of translation universals”. *Psykholinhvistyka*, 19 (1)/(2): 36–46.
2. Kalishchuk, D. 2016. “Konceptualni styli anglomovnykh politykiv (nf materialy politychnoho dyskursu G. Bush, Jr., B. Obama)”. Summary of Ph.D. dissertation. Zaporizhzhia.
3. Karasik, V. 2004. *Yazykovoy Krug: Lichnost, Kontsepty, Diskurs*. Moscow: Gnozis.
4. Shevchenko, I. S. 2017. “Kontseptualsatsiya kommunikativnoho povedeniya v diskurse”. In *Kak Narisovat Portret Pitsy*. Monograph. I. Shevchenko, Ed, 106–147. Kharkiv. Vasyl Karazin National University of Kharkiv..
5. Sheygal, Ye. I. 2000. *Semiotika politicheskogo diskursa*. Volgograd : Peremena.
6. Yanovets, A. I. “Psykholinhvistychni osoblyvosti dyskursu anhlomovnoho polityka u stani emotsiinoyi napruhy”. Summary of Ph.D. dissertation. Kherson.
7. Dobzhanska-Knight, N., Voitko, K. 2017. Linguistic manipulative techniques in advertising slogans of fast food restaurants. *East European Journal of Psycholinguistics*, 4(2): 14–22.
8. Dijk, T. van. 2008. *Discourse and Power*. N.Y.: Palgrave Macmillan.
9. Duran, N. D., Hall, C., McCarthy, P. M., & McNamara, D. 2010. The linguistic correlates of conversational deception: Comparing natural language processing technologies. *Applied Psycholinguistics*, 31: 439–462.
10. Grice H. P. 1991. *Logic and Conversation*. *Studies in the Way of Words*, 22–40. Cambridge, MA : Harvard University Press.
11. McCarthy, P. M., Duran, N. D., & Booker, L. M. 2012. The Devil is in the Details: New Directions in Deception Analysis. In P. M. McCarthy & M. Youngblood (Eds.). *Proceedings of the 25th International Florida Artificial Intelligence Research Society Conference*. Menlo Park, CA: The AAAI Press.
12. Newman, M. L. Pennebaker, J. W., Berry, D. S., & Richards, J. M. 2003. Lying words: Predicting deception from linguistic style. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29: 665–675.
13. Shapiro, D. 1996. On the psychology of self-deception. *Social Research*, 63(3): 785–800.
14. Tausczik, Y. R. 2010. “The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods”. *Journal of Language and Social Psychology*, 29 (1): 24–54.
15. Remarks by President Trump on Tax Reform. Retrieved from: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-tax-reform-springfield-mo/>
16. Statement by President Trump on the Paris Climate Accord. Retrieved from: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/statement-president-trump-paris-climate-accord/>

17. Remarks by President Trump to the 72nd Session of the United Nations General Assembly. Retrieved from: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-72nd-session-united-nations-general-assembly/>

Розенгарт Юлія. Лингвальный профиль англоязычного политика-неправдослова. Стаття посвящена установлению особенностей лингвального профиля Д. Трампа как политика-неправдослова на основе исследования лингвокогнитивных аспектов сообщения им неправдивых данных в политическом дискурсе. Обсуждаются языковые маркеры манипулятивного влияния говорящего на адресата, применение которых говорящим способствует искажению картины мира адресата. Автор исследует функции дискурсивных маркеров, дейктических единиц, служащих средствами реализации интенций политика. Неочевидность использования говорящим данных единиц в политическом дискурсе вызывает необходимость применения компьютерных программ, среди которых наиболее продуктивной, по мнению автора, является разработанная под руководством Дж. Пеннебейкера (2010) программа “Linguistic Inquiry and Word Count” (LIWC).

Ключевые слова: политический дискурс, лингвальный профиль, неправдослов, маркеры обмана, Linguistic Inquiry and Word Count.

Rosenhart Yulia. Linguistic Profile of the Lying Politician. The article attempts to define a linguistic profile of Donald Trump through his use of deceptive language on the basis of studying general linguistic and cognitive aspects of deception in the U.S. political discourse. The speaker’s manipulative impact is discussed within the framework of analyzing his three speeches made in 2017. One of the most well-known tools for assessing deception is Linguistic Inquiry and Word Count – LIWC (Pennebaker et al. 2010). This computerized method is particularly useful in studying implicit tendencies of the speaker’s discourse. Based on the previous research, the author focuses on the positive correlation between the use of function words, such as pronouns and deictic expressions, exclusive words, verbs of “motion” with the degree of probability of providing false information. The current study found that among linguistic units – possible predictors of deception were low cognitive complexity indices marked by decreased number of prepositions, long words, lower mean sentence length.

Key words: political discourse, linguistic profile, deceiver, markers of deception, Linguistic Inquiry and Word Count.

УДК 811.112.2’42:659.1]-047.37

Тетяна Семенюк

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ЕТНОСПЕЦИФІЧНІ ЦІННОСТІ НІМЕЦЬКОЇ ЛІНГВОСПІЛЬНОТИ КРИЗЬ ПРИЗМУ КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНОГО АНАЛІЗУ КОМЕРЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ

Статтю присвячено виявленню лінгвокультурних та етноспецифічних цінностей німецької лінгвоспільноти. Окреслення ціннісних орієнтирів здійснено за допомогою когнітивно-семантичного аналізу текстів комерційної реклами, які на сьогодні є невід’ємними одиницями комунікації. У статті розглянуто поняття “мовної картини світу” та “концептуальної картини світу”, здійснено їх диференціацію. Окреслено зміст поняття “концепт”, визначено прямі і вторинні вербалізатори концепту, які формують його номінативне поле. Тексти комерційної реклами диференційовано на чотири групи: “Продукти харчування та напої”, “Посуд та побутова техніка”, “Косметика та парфумерія”, “Транспортні засоби”. Шляхом кількісних підрахунків рекурентності лексем-номінаторів концептів, їхніх похідних, синонімів, контекстуальних синонімів, паремій, метафоричних номінацій визначено ключові концептуальні доміанти комерційної реклами, які репрезентують лінгвокультурні й етноспецифічні цінності німецької нації. Сформовано концептополе комерційної реклами, що є частиною концептуальної картини світу німців, виокремлено концепти ядерної, приядерної та периферійної зон. Встановлено, що в окремих групах товарів повторюються одні й ті ж концепти. Концепти, які дублюються в досліджуваних групах комерційних рекламних текстів, а отже є актуальними для аудиторії потенційних споживачів рекламної продукції, віднесено до лінгвокультурних та етноспецифічних ментальних утворень німецької лінгвоспільноти.

Ключові слова: текст, рекламний текст, концепт, лінгвокультурні та етноспецифічні цінності, когнітивно-семантичний аналіз.

Постановка наукової проблеми та її значення. Серед найбільш актуальних проблем лінгвістики останніх десятиліть на особливу увагу заслуговують питання лінгвокультурологіч-

ної інтерпретації дійсності та виявлення етноспецифіки мовних і мовленнєвих явищ певної лінгвоспільноти, що “дозволяють проникнути у глибини національного способу мислення або менталітету” [1, с. 5]. Відомо, що культура та менталітет кожного етносу є унікальними, такими, що відрізняють одну лінгвокультуру від іншої. Відповідно, кожна нація має власну мовну та концептуальну картини світу, які визначають її ціннісні орієнтири та формують стереотипні уявлення.

Основним інструментом комунікативної діяльності індивідів є, безперечно, мова. Оскільки репрезентація знань, що формують когнітивний простір індивіда, здійснюється через мову, то вивчення когнітивно-комунікативних аспектів мовної діяльності адресанта уможливило пізнання етноспецифіки певної лінгвоспільноти та виділення її концептуальних домінант.

Сучасна реклама є невід’ємною частиною життя суспільства, частиною культури, яка формує моделі поведінки людини, впливає на її світогляд та життєві цінності. За широтою соціального впливу рекламу, на думку Д. Поттера, можна порівняти з такими давніми інститутами, як школа й церква [14, с. 24]. Реклама – могутній засіб впливу і маніпуляції людиною, вона здатна формувати, а також змінювати світогляд і поведінку людей. Отже, зважаючи на персуазивний характер сучасної комерційної реклами, прагматична мета котрої – досягнення довіри адресата і спрямування його дій у необхідне адресантові русло, варто зазначити, що цей вид дискурсу, як жоден інший, повинен інкорпорувати ті концептуальні одиниці, корті визначають лінгвокультурні та етноспецифічні особливості лінгвоспільноти.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Виявлення лінгвокультурних та етноспецифічних особливостей німецької лінгвоспільноти є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців (М. М. Гавриш, П. В. Прохорова, А. М. Приходько, В. Nuss та інші). Незважаючи на неослаблений інтерес лінгвістів до лінгвокультурних особливостей німецької нації та бажання сформувати її “ментальний прообраз” шляхом аналізу різних видів дискурсу, до сьогодні об’єктом дослідження не виступали тексти німецькомовної комерційної реклами як потужні персуазивні конгломерати, які інкорпорують етноспецифічні концептуальні одиниці.

Методологічну основу пропонованої розвідки сформували методи контекстуально-інтерпретаційного та когнітивно-семантичного аналізу, підкріплені кількісними підрахунками. Застосування когнітивного підходу до дослідження мови як мисленнєво-мовленнєвої діяльності людини дає змогу проникати в її ментальний простір, вивчати мисленнєві, пізнавальні й інтелектуальні процеси, які протікають у свідомості індивіда. Семантичний аналіз висловлень індивіда уможливило дослідження реальності, що відображається у його свідомості через засоби мовного коду. Комплексний когнітивно-семантичний аналіз висловлень адресанта уможливило виявлення концептуальних цінностей лінгвоспільноти, яку він представляє.

Мета наукової розвідки полягає у виявленні лінгвокультурних та етноспецифічних цінностей німецької лінгвоспільноти крізь призму когнітивно-семантичного аналізу висловлень адресанта комерційної реклами. Поставлена мета передбачає розв’язання таких **завдань**: окреслити поняття “мовна картина світу” та “концептуальна картина світу”; визначити концептуальні домінанти в чотирьох групах текстів німецькомовної комерційної реклами (“Продукти харчування та напої”, “Косметика та парфумерія”, “Побутова техніка”, “Транспортні засоби”); систематизувати лінгвокультурні та етноспецифічні концептуальні цінності німецькомовної лінгвоспільноти шляхом формування концептополя німецької комерційної реклами.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Культура кожної нації є унікальною і визначає її менталітет, стереотипне мислення й світогляд. Науковці вважають, що “помітною рисою гуманітарних наук сьогодення є інтерес до вивчення специфіки національних менталітетів і, відповідно, національних цінностей” [6, с. 129], а однією з найактуальніших проблем когнітивної лінгвістики є “відображення об’єктивного світу суб’єктивним” [7, с. 25]. У межах цієї проблеми неабияку увагу приділяють поняттям мовної та концептуальної картин світу, які є суттєвими чинниками пізнання лінгвокультури та етноспецифіки певної лінгвоспільноти.

Культура екстраполюється у мовній картині світу її носіїв, яку трактують як “сукупність уявлень про світ, яка протягом певного періоду існує у свідомості певного мовного колективу і відтворюється певними лінгвістичними та етноспецифічними засобами, це певний спосіб сприйняття та концептуалізації світу, етноспецифічний феномен, який дозволяє зрозуміти світоглядні позиції певного етносу, образність мислення, стереотипи, умовності, цінності, сприйняття простору і часу тощо” [2, с. 421].

У сучасній когнітивній лінгвістиці поряд з терміном “мовна картина світу” існує термін “концептуальна картина світу”. Ю. М. Караулов головним змістовим елементом мовної моделі світу вбачає семантичне поле, тоді як, на думку вченого, константи свідомості людини окреслюють межі концептуальної картини світу [3, с. 254]. Характерною ознакою концептуальних картин світу є те, що вони екстраполюють лінгвокультурні й етноспецифічні особливості певної лінгвоспільноти, які номінують лінгвокультурами, концептуальними домінантами тощо. Отже, ціннісні домінанти/орієнтири етносу є частиною концептуальної картини світу, яка відбивається у свідомості у вигляді вторинного існування об’єктивного світу як результату абстрагованої діяльності homo logens [6, с. 150]. Завдання пропонованої лінгвістичної розвідки полягає у встановленні концептуальних домінант, які належать до лінгвокультурних та етноспецифічних цінностей німецької нації.

Основна частина знань індивіда про певний об’єкт та світ зберігається у його свідомості у вигляді концептів – ключових одиниць когнітивної лінгвістики. О. С. Кубрякова вважає, що концепти народжуються в процесі сприйняття світу, вони створюються в актах пізнання, відбивають і узагальнюють людський досвід та осмислену в різних типах діяльності зі світом дійсність [4, с. 37]. Досить точно тлумачення концепту подає Г. В. Токарев, убачаючи під концептом глобальну, багатовимірну одиницю ментального рівня, для якої характерні такі ознаки, як історичний детермінізм, широка екстенціональність, структурованість інтенціоналами наукових і повсякденних понять, уявлень, культурних настанов, неоднорідність змісту, різноманітність типів знакових репрезентацій [8, с. 8]. Культура та менталітет нації вербалізуються в мові, тому вона є природною й основною формою функціонування концептів. Описати концепт можна через аналіз засобів його вербальної об’єктивації, сукупність яких формують номінативне поле концепту. Основне завдання дослідника полягає в отриманні вичерпного списку мовних одиниць, які формують його номінативне поле та об’єктивують досліджуваний ним концепт як ментальну одиницю в певний період розвитку суспільства.

Номінативне поле концепту неоднорідне й уключає: 1) прямі номінації концепту (ключове слово-репрезентант концепту, що вибирається особою в ролі імені концепту та імені номінативного поля, і його системні синоніми); 2) похідні номінації концепту (переносні, похідні); 3) спільнокореневі слова, одиниці різних частин мови; 4) контекстуальні синоніми; 5) індивідуально-авторські номінації; 6) стійкі словосполучення, синонімічні ключовому слову; 7) сполучення, які включають ім’я концепту; 8) паремії (прислів’я, приказки, афоризми); 9) метафоричні номінації; 10) стійкі порівняння з ключовим словом; 11) вільні словосполучення, що номінують ті чи інші ознаки, котрі характеризують концепт та інші засоби [5, с. 48–49].

Концепти об’єктивуються в мові, передусім, за допомогою лексем, які утворюють семантичне ядро концепту, тобто є його прямими номінаціями. Лексемами прямої номінації концепту найчастіше є субстантивовані форми ключового слова. Лексеми вторинної номінації концепту належать до периферії засобів його репрезентації, допомагають розкрити суть конкретного ментального утворення, проте є менш визначальними під час виявлення ключових концептів певного виду дискурсу.

Висока частотність апелятивності до того чи того концепту в рекламних текстах свідчать про його актуальність: чим частіше повторюється концепт через засоби як прямої, так і вторинної номінації, тим активнішою є його транслюваність у системі лінгвокультури, що дає змогу віднести цей концепт до концептополя певного виду реклами та до числа ключових ціннісних домінант, що формують її концептосферу. Прийомом, котрий уможливорює визна-

чення ключових концептів, є рекурентність – частотність мовних репрезентацій концепту в мовленні [5, с. 105]. Рекурентність слів-репрезентантів концептів – ефективний спосіб виявлення доміантних концептів у тому випадку, коли ядерний репрезентант концепту є чітко вираженими. Окрім того, повторюватися може як лексема-репрезентант концепту, так і її синоніми, деривати, які у комплексі формують номінативну щільність концепту.

Застосувавши метод когнітивно-семантичного аналізу комерційних рекламних текстів (КРТ) та кількісних підрахунків рекурентності лексем-номінаторів концептів, їхніх похідних, синонімів, контекстуальних синонімів, виокремлено ключові концепти німецької комерційної реклами, які формують концептополе комерційної реклами, визначають ціннісні орієнтири німецької лінгвоспільноти та належать до концептуальної картини світу німців (див. табл. 1).

Таблиця 1

Ключові концепти комерційної реклами

Продукти харчування та напої	Косметика та парфумерія	Побутова техніка	Транспортні засоби
GESCHMACK (20,4 %)	PFLEGE (25,7 %)	QUALITÄT (20,0 %)	SICHERHEIT (24 %)
NUTZEN (18,5 %)	REGENERATION (18,0 %)	SPARSAMKEIT (16,0 %)	SPARSAMKEIT (16,0 %)
GENUSS (14,8 %)	NATÜRLICHKEIT (17,2 %)	WOHLFÜHLEN (12,0 %)	UMWELTSCHUTZ (12,0 %)
NATÜRLICHKEIT (13,0 %)	SCHÖNHEIT (12,8 %)	INNOVATION (8,0 %)	BEQUEMLICHKEIT (11,0%)
ERFRISCHUNG (9,3 %)	SCHUTZ (8,5 %)	KOMFORT (7,3 %)	KOMFORT (8,2 %)
WOHLFÜHLEN (7,4 %)	INNOVATION (6,5 %)	PFLEGE (6,5 %)	GARANTIE (6,0 %)
16,6 % – концепти, які не досягли 5 %	11,3 % – концепти, які не досягли 5 %	25 % – концепти, які не досягли 5 %	22 % – концепти, які не досягли 5 %
Усього: 100 %	Усього: 100 %	Усього: 100 %	Усього: 100 %

Найбільш частотними концептуальними цінностями комерційної реклами є **PFLEGE** (ДОГЛЯД) (25,7%) (група “Косметика та парфумерія”) та **SICHERHEIT** (БЕЗПЕКА) (24,0%) (група “Транспортні засоби”).

Концепт **PFLEGE** (ДОГЛЯД) у КРТ групи “Косметика та парфумерія” актуалізовано через:
– лексему-номінатор *Pflege* та її похідні *Hautpflege*, *Nachtpflege*, *pflegen*, *pflegerisch*, *gepflegt*, *pflegend*.

Wenn Frauen mindestens vier Dinge gleichzeitig tun können. Warum nicht auch ihre Hautpflege? (Vichy) [9, с. 23];

Sanfte Hafermilch. Unser Sanftestes Pflege-Rezept für empfindliches Haar und Kopfhaut (Vichy) [10, с. 77];

– синоніми *beruhigen*, *sorgen für* *Akk.*, *versorgt sein mit D.*, *verfeinen*, *sich kümmern um* *Akk.* та контекстуальні синоніми:

Mandel sensitiv Körperpflegeserie: bringt die Haut zurück in ihr natürliche Gleichgewicht; beruhigt zu Irritationen neigende Haut; versorgt nachhaltig mit Feuchtigkeit (Weleda) [11, с. 67].

Об’єктиватори концепту **SICHERHEIT** (БЕЗПЕКА) у КРТ групи “Транспортні засоби”:

– лексема-репрезентант *Sicherheit* та її похідні *sicher*, *sicher machen*, *sichern*, *Sicherheits-system* тощо.

Maximale Sicherheit und Kontrolle durch Alfa D.N.A. (Alfa Romeo) [12];

Die besten Fahrer wissen: Vorschauen ist alles. Michael Schumacher fährt mit Mercedes-Benz Intelligent Drive. Weil auch die besten Fahrer nicht perfekt sind, arbeiten wir ununterbrochen an Assistenz- und Sicherheitssystem, die den Fahrer noch sicherer und komfortabler machen (Mercedes-Benz Intelligent Drive) [12].

– синоніми й контекстуальні синоніми *sorgenfrei fahren, überwachen, der Bremsassistent, die Bremskraft optimieren, Pre-Safe Bremse, schützen, Schutz* тощо.

Hoffentlich bremsen bald alle Autos selbstständig ab. Mercedes-Benz weist den Weg. Die Pre-Safe Bremse und der Bremsassistent BAS PLUS, zwei Innovationen von Mercedes-Benz Intelligent Drive. Vernetzt mit allen Sinnen. Der Bremsassistent BAS PLUS überwacht vorausfahrende und überquerende Fahrzeuge und optimiert in Gefahrensituationen die Bremskraft, sobald der Fahrer bremst. Zusätzlich kann die Pre-Safe Bremse jetzt sogar die Fußgänger erkennen und selber eingreifen, um sie zu schützen (Mercedes-Benz Intelligent Drive) [12].

Зіставивши виокремленні під час кількісних підрахунків ключові вербально кодовані концепти, виявлено збіг деяких концептуальних одиниць у групах аналізованих рекламних текстів (див. табл. 1). У КРТ групи “Продукти харчування та напої” та “Косметика й парфумерія” важливою є апеляція до концепту **NATÜRLICHKEIT** (відповідно, 13,0 та 17,2 %). У КРТ групи “Побутова техніка” й “Транспортні засоби” збігаються два ключові концепти, які мають приблизно однакові відсотки актуалізації за кількістю лексичних об’єктиваторів – **SPARSAMKEIT** (відповідно, 16,0 і 16,0 %) та **KOMFORT** (7,3 і 8,2 %). У КРТ групи “Продукти харчування та напої” й “Побутова техніка” важливим є концепт **WOHLFÜHLEN** (7,4 та 12,0 %). Окрім того, концепти **PFLEGE** (25,7 і 6,5 %) та **INNOVATION** (6,5 і 8,0 %) важливі серед аудиторії адресатів КРТ групи “Косметика та парфумерія” і “Побутова техніка”.

Концептуальні одиниці, виокремлені у процесі когнітивно-семантичного аналізу німецькомовної комерційної реклами, формують її концептополе (див. рис 1).

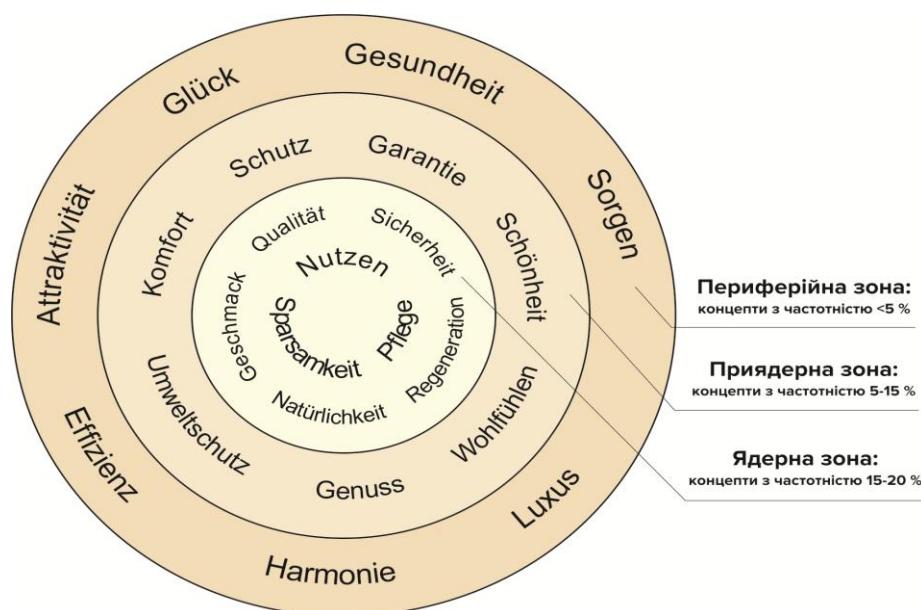


Рис. 1. Концептополе німецькомовної комерційної реклами

Ядро концептополя німецькомовної комерційної реклами утворюють ті концептуальні цінності, які є домінантними в кожній з аналізованих груп товарів. Концепти з меншим відсотком частотності розміщуються в приядерній і периферій зонах концептополя. Зокрема,

– до **ядерної зони** концептополя німецькомовної комерційної реклами віднесено концепти з частотністю 15–20 %: **PFLEGE** (ДОГЛЯД), **SICHERHEIT** (БЕЗПЕЧНІСТЬ), **GESCHMACK** (СМАК), **QUALITÄT** (ЯКІСТЬ), **NUTZEN** (КОРИСТЬ), **REGENERATION** (ВІДНОВЛЕННЯ), **NATÜRLICHKEIT** (НАТУРАЛЬНІСТЬ), **SPARSAMKEIT** (ЗАОЩАДЛИВІСТЬ);

– до **приядерної** – ті, частотність рекурентності котрих становить 5–15 %: **KOMFORT** (КОМФОРТ), **SCHUTZ** (ЗАХИСТ), **GARANTIE** (ГАРАНТІЯ), **UMWELTSCHUTZ** (ЗАХИСТ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА), **GENUSS** (НАСОЛОДА), **WOHLFÜHLEN** (ХОРОШЕ САМОПОЧУТТЯ), **SCHÖNHEIT** (КРАСА);

– до *периферії* – ті, частотність рекурентності котрих не перевищує 5 %: **GLÜCK** (ЩАСТЯ), **GESUNDHEIT** (ЗДОРОВ'Я), **SORGEN** (ТУРБОТА), **ATTRAKTIVITÄT** (ПРИВАБЛИВІСТЬ), **EFFIZIENZ** (ЕФЕКТИВНІСТЬ), **HARMONIE** (ГАРМОНІЯ), **LUXUS** (РОЗКІШ) тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений когнітивно-семантичний та концептуальний аналіз КРТ дозволяє зробити висновок про те, що концептуальні одиниці, які повторюються в текстах аналізованих груп товарів: **PFLEGE** (ДОГЛЯД), **SPARSAMKEIT** (ОЩАДЛИВІСТЬ), **WOHLGEFÜHL** (ХОРОШЕ САМОПОЧУТТЯ), **NATÜRLICHKEIT** (НАТУРАЛЬНІСТЬ), **KOMFORT** (КОМФОРТ), **INNOVATION** (ІННОВАЦІЯ), і ті, що належать до ядерної зони концептополя комерційної реклами: **PFLEGE** (ДОГЛЯД), **SICHERHEIT** (БЕЗПЕЧНІСТЬ), **GESCHMACK** (СМАК), **QUALITÄT** (ЯКІСТЬ), **NUTZEN** (КОРИСТЬ), **REGENERATION** (ВІДНОВЛЕННЯ), **NATÜRLICHKEIT** (НАТУРАЛЬНІСТЬ), **SPARSAMKEIT** (ЗАОЩАДЛИВІСТЬ), є ключовими концептами німецькомовної комерційної реклами, які визначають лінгвокультурні та етноспецифічні особливості німецької лінгвоспільноти й належать до концептуальної картини світу німців.

Перспективи подальших наукових пошуків вбачаємо в дослідженні концептуального смислу текстів комерційної реклами з урахуванням засобів як вербальної, так і невербальної семіотичної системи.

Джерела та література

1. Вапіров С. Ю. Аспекти вивчення національної ментальності в мовній системі та художньому дискурсі / С. Ю. Вапіров // *Нова філологія*. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – № 2 (11). – С. 5–11.
2. Гавриш М. М. Етноцінності у мовних картинах світу (німецько-українські мовні паралелі) / М. М. Гавриш // *Наукові записки*. – Вип. 153. – Серія: Філологічні науки. – Кропивницький : Видавець Лисенко В. Ф., 2017. – С. 420–424.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Яз. славян. культуры, 2004. – 560 с.
5. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ “Восток–Запад”, 2007. – 226 с.
6. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики : монографія / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
7. Прохорова П. В. Антропоцентрипетальні концепти як домінанти німецькомовної картини світу : монографія / П. В. Прохорова. – Мелітополь : ТОВ “Колор Принт”, 2014. – 162 с.
8. Токарев Г. В. Дискурсивные лики концепта : монографія / Г. В. Токарев. – Тула, 2003. – 108 с.
9. Brigitte. – 2016. – № 11. – 128 s.
10. Freundin. – 2016. – № 23. – 208 s.
11. Für Sie. – 2016. – № 26. – 154 s.
12. Google Bilder [Electronic Ressource]. – Access mode : <https://www.google.com/imghp?hl=de>
13. Nuss B. Das Faust Syndrom. Ein Versuch über die Mentalität der Deutschen / B. Nuss. – Bonn ; Berlin : Borvier, 1992. – 213 s.
14. Potter D. People of Plenty. Economic Abundance and the American Character / D. Potter. – Chicago : University of Chicago Press, 1954. – 248 p.

References

1. Vapirov, Serhij. 2002. “Aspekti vivchennja nacional'noï mental'nosti v movnij sistemi ta hudozhn'omu diskursi” *Nova filologija*. 2 (11): 5–11. Zaporizhzhja : ZDU.
2. Gavrish, Myhailo. 2017. “Etnocinnosti u movnih kartinah svitu (nimec'ko-ukraïns'ki movni paraleli)” *Naukovi zapiski*. 153: 420–424. Kropivnic'kij: Vidavec' Lisenko V. F.
3. Karaulov, Jurij. 1987. *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'*. Moskva: Nauka.
4. Kubrjakova, Elena. 2004. *Jazyk i znanie: na puti poluchenija znanij o jayke: chasti rechi s kognitivnoj točki zrenija. Rol' jazyka v poznanii mira*. Moskva: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
5. Popova, Zinaida, Sternin, Iosif. 2007. *Kognitivnaja lingvistika*. Moskva: ACT: Vostok–Zapad.
6. Prihod'ko, Anatolij. 2008. *Koncepti i konceptosistemi v kognitivno-diskursivnij paradigmi lingvistiki: monografija*. Zaporizhzhja.

7. Prohorova, Polina. 2014. *Antropocentripetal'ni koncepti jak dominanti nimec'komovnoï kartini svitu: monografija*. Melitopol': Kolor Print.
8. Tokarev, Gennadij. 2003. *Diskursivnye liki koncepta: monografija*. Tula.
9. Brigitte. 2016. №11. 128 S.
10. Freundin. 2016. № 23. 208 S.
11. Freundin. 2016. № 23. 208 S.
12. Google Bilder [Electronic Ressource]. – Access mode: <https://www.google.com/imghp?hl=de>
13. Nuss, Bernd. 1992. *Das Faust Syndrom. Ein Versuch über die Mentalität der Deutschen*. Bonn, Berlin: Borvier.
14. Potter, David. 1954. *People of Plenty. Economic Abundance and the American Character*. Chicago: University of Chicago Press.

Семенюк Татьяна. Лингвокультурные и этноспецифические ценности немецкого лингвосообщества сквозь призму когнитивно-семантического анализа коммерческой рекламы. Статья посвящена выявлению лингвокультурных и этноспецифических особенностей немецкого лингвосообщества. Определение ценностных ориентиров осуществлено с помощью когнитивно-семантического анализа текстов немецкой коммерческой рекламы, которые на сегодняшний день являются неотъемлемыми единицами коммуникации. В статье рассмотрено понятие “языковой картины мира” и “концептуальной картины мира”, осуществлено их дифференциацию. Определено содержание понятия “концепт”, указаны прямые и вторичные вербализаторы концепта, которые формируют его номинативное поле. Тексты коммерческой рекламы дифференцированы на четыре группы товаров: “Продукты питания и напитки”, “Посуда и бытовая техника”, “Косметика и парфюмерия”, “Транспортные средства”. Путем количественных подсчетов в исследуемых группах рекламных текстов рекуррентности лексем-номинаторив концептов, их производных, синонимов, контекстуальных синонимов, паремий, метафорических номинаций определены ключевые концептуальные доминанты коммерческой рекламы, представляющие лингвокультурные и этноспецифические ценности немецкой нации. Сформировано концептополе коммерческой рекламы, которое является частью концептуальной картины мира немцев, выделены концепты ядерной, приядерной и периферийной зон. Установлено, что в отдельных группах товаров повторяются одни и те же концепты. Концептуальные единицы, которые дублируются в исследуемых группах рекламных текстов, а следовательно, являются актуальными для аудитории потенциальных потребителей рекламной продукции, отнесены к ключевым лингвокультурным и этноспецифическим ментальным образованиям немецкого лингвосообщества.

Ключевые слова: текст, рекламный текст, концепт, лингвокультурные и этноспецифические ценности, когнитивно-семантический анализ.

Semeniuk Tetiana. Linguocultural and Ethnospecific Values of German Society by Means of Cognitive Semantic Analysis of Commercial Advertising. The article is devoted to the identification of linguocultural and ethnospecific values of German lingual society. The outline of the conceptual values has been carried out with the help of cognitive semantic analysis of commercial advertising texts, which are integral parts of today's communication. The concepts of “lingual world picture” and “conceptual world picture” have been analyzed and their differentiation has been carried out in the article. Conceptual values form the conceptual world picture, which affects the linguocultural and ethnospecific peculiarities of each nation. The content of the term “concept” has been outlined in the research paper, direct and non-direct verbalizers of the concepts, which form their nominative fields, have been pointed out. Texts of commercial advertising are divided into four groups: “Food and Beverages”, “Dishes and Appliances”, “Cosmetics and Perfumery”, “Vehicles”. Cognitive semantic analysis of advertising texts enabled the determination of conceptual values of German society. The key conceptual elements of commercial advertising have been defined and the conceptual field of commercial advertising has been formed in the article. It has been established that in certain groups of goods the same concepts are repeated. Concepts, which are duplicated in the investigated groups of advertising texts, belong to key linguocultural and ethnospecific mental entities of German speech community.

Key words: text, advertising text, concept, linguocultural and ethnospecific values, cognitive semantic analysis.

УДК 811.111'4

Оксана Скобнікова

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУ “FAMILY”

Стаття присвячена дослідженню змісту і структури концепту “FAMILY” через побудову його асоціативного поля за допомогою асоціативного експерименту як провідного психолінгвістичного методу. Асоціативний експеримент спрямований на дослідження вербальних репрезентантів змісту свідомості й дозволяє виявити дійсність, специфічно відображену в уявленні індивіда. На основі даних асоціативного експерименту можлива побудова асоціативно-семантичної мережі носія певної культури. В статті наведено визначення основних положень та описано методику проведеного дослідження. Асоціативне поле визначене як сукупність асоціатів на слово-стимул. Структура асоціативного поля концепту “FAMILY” розглянута як така, що містить ядро та периферійну зону. Доведено, що реакції з найбільш високим індексом частотності становлять ядро асоціативного поля, в той час як асоціати, наведені деякими чи окремими учасниками експерименту, утворюють його периферійну зону. Серед існуючих різновидів асоціативного експерименту для даного дослідження було обрано вільний асоціативний експеримент. За матеріалами експерименту було укладене асоціативне поле стимулу *family*. Виділені ключові слова-репрезентанти, що входять до ядра концепту “FAMILY” та формують периферію концепту. Для більш детального розуміння змісту концепту дані були впорядковані за показником частотності асоціацій тематично. Зазначено, що серед лексем, вжитих для опису концепту “FAMILY”, переважають іменники на позначення ставлення до сім'ї та її членів та на позначення членів сім'ї та місця проживання, також наявні прикметники. Було доведено, що серед отриманих асоціацій переважають реакції з позитивною та нейтральною конотацією, кількість реакцій із негативною конотацією незначна. Як можливу перспективу подальшого дослідження було вказано побудову асоціативного поля концепту “FAMILY” на матеріалі тезаурусів, представлених в сучасних англійських тлумачних словниках.

Ключові слова: концепт, психолінгвістичний аналіз, асоціативне поле, асоціативний експеримент.

Постановка наукової проблеми та її значення. Засобами активізації концепту у свідомості індивіда можуть слугувати не лише мовні знаки, які прямо називають цей концепт, але й такі, які не є іменем цього концепту. У цьому випадку говорять про активізацію концепту в свідомості носіїв мови через асоціації за схемою “стимул => реакція” [9].

Поняття “асоціація” було введено у психолінгвістичну науку Дж. Локком для позначення неусвідомлених і безконтрольних думок. У психології термін “асоціації” розуміють, як “зв'язок між психічними явищами, утворених за певних обставин, при якому актуалізація одного з них спричиняє появу іншого” [1, с. 43]. Тобто це – неусвідомлений зв'язок певних думок або ідей, які базуються на особистому досвіді індивіда. З розвитком психолінгвістики дослідження асоціацій призводить до вивчення внутрішнього світу людини. У лінгвістиці ж “внутрішній світ мовців – то вже світ концептів” [3, с. 252]. Отже, за ланцюгом “стимул => реакція”, або, інакше кажучи, “слово => асоціація”, ми можемо визначити когнітивну організацію певного концепту в ментальному лексиконі індивіда, виходячи з факту, що асоціація – це розумовий процес, який відбувається у його свідомості.

Мета і завдання статті. Об'єктом цього дослідження є концепт “FAMILY” і способи його вербальної репрезентації в англійській мові. Мета статті – дослідження структури і змісту вказаного концепту через побудову його асоціативного поля.

Актуальність нашого дослідження полягає в потребі доповнення вже наявних методів, які використовуються для вивчення способів репрезентації концептів, зокрема концепту “FAMILY”, у ментальному лексиконі носіїв мови. Одним з провідних способів дослідження, що широко використовують у сучасній психолінгвістиці, і є побудова асоціативного поля слова-імені концепту, тобто сукупності асоціатів на слово-стимул.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Реакції з найбільш високим індексом частотності становлять ядро асоціативного поля. Асоціати, наведені деякими чи окремими учасниками експерименту, утворюють його периферійну зону. Вперше до думки про виділення прототипної категорії (ядра) і членів категорії (периферії) концепт удалась американська дослідниця Е. Рош.

Вона зазначила, що суть такого поділу полягає в такому: з одного боку, лексеми, що позначають концепт, мають різну значимість. З іншого боку, їх розрізняють за одними і об'єднують за іншими ознаками. Саме внаслідок цього в структурі концепту можна виділити центр і периферію [10].

Розвиваючи ідею Е. Рош, І. А. Стернін та З. Д. Попова пропонують польову модель структури концепту, яку можна описати в термінах ядра і периферії. На думку авторів, до ядра належать прототипічні шари з найбільшою чуттєво-наочною конкретністю, первинні яскраві образи; більш абстрактні ознаки складають периферію концепту. У більш складних концептах на базовий образ можуть нашаровуватись додаткові концептуальні ознаки, що утворюватимуть відносно автономні концептуальні шари від більш конкретного шару до більш абстрактного [8].

У нашому дослідженні ми вважаємо за доцільне послідовно розглянути отримане асоціативне поле, приділяючи увагу перш за все ядерним зонам, які допомагають виявити найбільш стабільні складові мовної свідомості носіїв американської культури. Суб'єктивне осмислення феномена виявляється і в яскравих одиничних судженнях, тому "потрібно не відкидати поодинокі асоціативні реакції, а уважно їх вивчати, відповідаючи на питання, наскільки вони актуалізують структуру ядра значення" [7, с. 287].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Для виявлення асоціативного поля концепту "FAMILY" звернемося до асоціативного експерименту, що є найбільш розробленою технікою психолінгвістичного аналізу семантики. До цього метода у своїх дослідженнях вдаються провідні світові та вітчизняні мовознавці (С. Г. Воркачев, В. В. Левицький, О. О. Леонтьєв, О. О. Селіванова, С. А. Жаботинська). Зокрема, С. Г. Воркачев зазначає, що асоціативний експеримент входить до переліку прийомів, необхідних для вивчення будь-якого концепту [2]. Цей метод направлений на виявлення асоціацій, що склалися в індивіда в його попередньому досвіді. Він дозволяє з'ясувати, як влаштовані фрагменти мовної свідомості у носіїв тієї чи тієї мови. Асоціативний експеримент спрямований на дослідження вербальних репрезентантів змісту свідомості й дозволяє виявити дійсність, специфічно відображену в уявленні індивіда. На основі даних асоціативного експерименту можлива побудова асоціативно-семантичної мережі носія певної культури.

Уперше єдність психологічної основи асоціації та семантичних компонентів значення сформулював Дж. Діз. Йому належить поняття "асоціативного значення", яке Дж. Діз розглядав як психологічну структуру значення і під яким розумів потенційний розподіл відповідей на певне слово-стимул [6, с. 29]. Він зазначає, що отримання асоціативного значення слова досягається за допомогою проведення асоціативного експерименту. Результати асоціативного експерименту відображають універсальні когнітивні структури, що стоять за мовними значеннями, і індивідуальні особливості опитуваних, зміст їх особистісних смислів, тобто дозволяють отримувати знання про специфіку етнічної мовної свідомості.

Існує кілька різновидів асоціативного експерименту, в ході яких контексти, з яких виводяться асоціати, не дані в "готовому" вигляді як частина деякого тексту, а продукуються інформантами в ході самого експерименту:

1) вільний асоціативний експеримент з реєстрацією первинної відповіді (випробуваному пропонується дати першу вербальну реакцію на дане слово-стимул, яка прийшла в голову, причому на реакції не ставиться ніяких обмежень);

2) спрямований, або контрольований асоціативний експеримент (випробуваному пропонується давати асоціації певного граматичного або семантичного класу);

3) ланцюговий асоціативний експеримент, або експеримент з триваючою реакцією (випробуваному пропонується реагувати на слово-стимул декількома асоціаціями) [5, с. 5].

Важливим моментом у методиці проведення асоціативного експерименту є умови його проведення. Результати експерименту залежать від багатьох показників, таких як вік, стать,

освіта, географічні умови, культурно-історичні традиції народу тощо. В. В. Левицький виділяє такі умови:

1) відбір слів, запропонованих у якості стимулів – у такому випадку підбір слів залежить від цілей експерименту;

2) склад піддослідних – кількість реципієнтів повинні бути не менш як 30, різної статі, віку, професії тощо;

3) інструкція – перед початком проведення експерименту важливу роль відіграє так звана “пояснювальна записка”, тобто інструкція;

4) матеріал і форма його подавання – усна чи письмова [4, с. 99–100].

Для аналізу змісту концепту “FAMILY”, позначеного іменником *family*, була використана методика вільного асоціативного експерименту. В експерименті взяли участь 218 американців, вік яких варіюється в межах від 17 до 46 років. Опитуваним було запропоновано надати першу асоціацію на стимул *family*, що спаде їм на думку. Експеримент проводився у письмовій формі на базі Інтернет-платформи Survey-maker за посиланням <https://www.survey-maker.com>.

Отже, асоціативне поле стимулу *family* за матеріалами нашого експерименту виглядає так: (в дужках наведена частотність слів-асоціатів):

love (26), support (13), understanding (13), home (12), children (11), happiness (9), care (8), mother (6), warmth (6), trust (6), friendship (5), marriage (5), respect (5), helping each other (4), responsibility (4), father (4), child (4), husband (4), together (3), commitment (3), sister (3), wife (2), parents (2), brother (2), siblings (2), faithfulness (2), cozy (2), holidays (2), hometown (2), smile (2), partnership (2), house (2), tenderness (2), comfort (2), coziness (2), laughter (2), honesty, relations, the main thing, relatives, spouse, friendly atmosphere, spending time together, forgiving, my world, positive, camping, sense of life, welfare, fulfillment, travel, homesick, hugs, cooking, dog, pet, long-lasting, depending, dear, stress, duties, tired, calm, fun, motion, chat, finance, joy, trouble, necessary.

Отже, ключовими словами-репрезентантами, що входять до ядра концепту “FAMILY”, є лексеми *love, support, understanding, home, children*. Інші лексеми формують периферію концепту.

Наведені вище дані впорядковані за показником частотності асоціацій, що супроводжують концепт “FAMILY”. Для більш докладного розуміння його змісту ми впорядкували ці дані тематично, що дало такий результат:

– смисловий компонент – *marriage (5), relations;*

– члени сім’ї – *children (11), mother (6), father (4), child (4), husband (4), sister (3), wife (2), parents (2), brother (2), siblings (2), relatives, spouse;*

– міжособистісні стосунки членів сім’ї – *love (26), support (13), understanding (9), happiness (9), care (8), warmth (6), trust (6), friendship (5), helping each other (4), respect (5), responsibility (4), together (3), faithfulness (2), commitment (3), cozy (2), smile (2), tenderness (2), partnership (2), comfort (2), coziness (2), laughter (2), honesty, friendly atmosphere, fulfillment, forgiving, positive, homesick, hugs, partnership, depending, dear, comfort, stress, tired, calm, fun, motion, chat;*

– спільне місце проживання – *home (12), hometown (2), house (2);*

– спільні заняття – *holidays (2), spending time together, camping, travel, cooking;*

– домашні улюбленці – *dog, pet;*

– емотивно-оцінне ставлення до сім’ї – *the main thing, my world, sense of life, welfare, long-lasting, joy, trouble, necessary.*

Зазначимо, що серед лексем, ужитих для опису концепту “FAMILY”, переважають іменники на позначення ставлення до сім’ї та її членів (*love, support, understanding, happiness, care*) та на позначення членів сім’ї та місця проживання (*children, mother, father, child, husband, home, hometown*), також наявні прикметники (*cozy, long-lasting, necessary, positive*) і словосполучення (*helping each other, the main thing, my world, sense of life*).

Значно переважають реакції з позитивною (*love, support, understanding, happiness, care, warmth, trust, friendship*) та нейтральною (*marriage, relations, mother, father*) конотацією. Кількість реакцій з негативною (*trouble, tired, stress*) конотацією незначна.

Отже, підсумовуючи проведений асоціативний експеримент, зазначимо, що на основі асоціативного поля, отриманого внаслідок реакцій на стимул *family*, можна описати концепт “FAMILY” як “члени сім’ї, що проживають спільно, мають спільні заняття, опікуються домашніми улюбленцями та приязно ставляться одне до одного”.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Один зі способів вивчення системності образу світу за матеріалами асоціативного експерименту – виявлення ядра мовної свідомості, тобто тих одиниць семантичної мережі, які мають найбільшу кількість зв’язків з іншими одиницями семантичної мережі. Іншими словами, ядро мовної свідомості містить ті слова (позначені ними ідеї, поняття, концепти) в асоціативно-вербальній мережі, які мають найбільшу кількість зв’язків, що виділяються на основі принципу частотності. На основі даних асоціативних експериментів створюються асоціативні словники (тезауруси) різних мов, на матеріалі яких реалізується безліч досліджень, які розкривають особливості функціонування асоціативного значення.

Отже, перспективу подальшого дослідження ми вбачаємо в побудові асоціативного поля концепту “FAMILY” на матеріалі тезаурусів, представлених в сучасних англомовних тлумачних словниках.

Джерела та література

1. Большая психологическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – 544 с.
2. Воркачев С. Г. Постулаты лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – Волгоград : Парадигма, 2005. – Т. 1. – С. 10–13.
3. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук / О. Ю. Карпенко. – Одеса, 2006. – 416 с.
4. Левицкий В. В. Семасиология / В. В. Левицкий. – Винница : Нова кн., 2006. – 512 с.
5. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 287 с.
6. Любимов Ю. В. Природа ассоциации; структура словесной памяти и понятие ассоциативного значения / Ю. В. Любимов // Словарь ассоциативных норм русского языка. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1977. – С. 25–32.
7. Пищальникова В. А. Значение и концепт / В. А. Пищальникова // Вестник МГЛУ. – 2007. – С. 210–222.
8. Попова З. Д. Интерпретационное поле национального концепта и методы его изучения / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Культура общения и ее формирование. – Воронеж, 2001. – Вып. 8. – С. 34–56.
9. Слышкин Г. Г. Концептологический анализ институционального дискурса / Г. Г. Слышкин // Филология и культура : материалы III Междунар. конф. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 2001. – № 2. – С. 34–36.
10. Rosh E. H. Principles of Categorization / E. H. Rosh // Cognition and Categorization. – Hillsdale ; N. Y. : Lawrence Erlbaum, 1978. – P. 27–48.

References

1. Bolshaia psikhologicheskaja entsyklopedyia. 2007. Moscow: Eksmo.
2. Vorkachev, S. H. 2005. “Postulaty lynchvokontseptolohyy.” *Antolohiyakontseptov*. Edited by V. Y. Karasyk and Y. A. Sternyn. Volgograd: Paradyhma. – Vol. 1.
3. Karpenko, O. U. 2006. “Kohnityvnaonomastyka yak napriamok piznannia vlasnykh nazv.” Phd. diss.
4. Levytskyi, V. V. 2006. *Semasyolohyia*. Vynnytsa: Nova knyha.
5. Leontev, A. A. 1997. *Osnovy psikholynhvystyky*. Moscow: Smysl.
6. Liubymov, U. V. 1977. *Pryroda assotsyatsyy; struktura slovesnoi pamiaty y poniatye assotsyatyvnogo znachenyia*. In *Slovarassotsyatyvnykh norm russkohoyazyka*. Moscow: Publishing house of Moscow University.
7. Pyshchalnykova, V. A. 2007. “Znacheneyi kontsept”. *Vestnyk MHLU*. 210–222.
8. Popova, Z. D. and Y. A. Sternyn. 2001. “Interpretatsyonnoe pole natsyonalnoho kontseptu i metody eho izuchenyia.” *Kultura obshchenyia y ee formyrovanye*. Voronezh. Vol. 8.
9. Slyshkyn, H. H. 2001. “Kontseptolohycheskyi analiz ynstyutsonalnoho dyskursu.” *Fylohohyiaikultura*. Paper presented at III International conference, Tambov.
10. Rosh, E.H. 1978. “Principles of Categorization.” *Cognition and Categorization*. Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum.

Скобникова Оксана. Психолінгвістический анализ концепта “FAMILY”. Данная статья посвящена исследованию содержания и структуры концепта “FAMILY” путем построения его ассоциативного поля с помощью ассоциативного эксперимента как ведущего психолінгвістического метода. Ассоциативный эксперимент направлен на исследование вербальных репрезентантов содержания сознания и позволяет выявить действительность, специфически отраженную в представлении индивида. На основе данных ассоциативного эксперимента возможно построение ассоциативно-семантической сети носителя определенной культуры. В

статье приведены определения основных положений и описана методика проведенного исследования. Ассоциативное поле определено как совокупность ассоциатов на слово-стимул. Структура ассоциативного поля концепта “FAMILY” рассмотрена как содержащая ядро и периферийную зону. Доказано, что реакции с наиболее высоким индексом частотности составляют ядро ассоциативного поля, в то время как ассоциаты, приведенные некоторыми или отдельными участниками эксперимента, образуют его периферийную зону. Среди существующих разновидностей ассоциативного эксперимента для данного исследования был выбран свободный ассоциативный эксперимент. По материалам эксперимента было заключено ассоциативное поле стимула *family*. Выделенные ключевые слова-репрезентанты, входящие в ядро концепта “FAMILY” и составляющие периферию концепта. Для более детального понимания содержания концепта данные были упорядочены по показателю частотности ассоциаций и тематически. Отмечено, что среди лексем, использованных для описания концепта “FAMILY”, преобладают существительные для обозначения отношения к семье и ее членов и для обозначения членов семьи и места проживания, а также прилагательные. Было доказано, что среди полученных ассоциаций преобладают реакции с положительной и нейтральной коннотацией, в то время как количество реакций с отрицательной коннотацией незначительно. Как возможную перспективу дальнейшего исследования было указано построение ассоциативного поля концепта “FAMILY” на материале тезаурусов, представленных в современных англоязычных толковых словарях.

Ключевые слова: концепт, психолінгвістический анализ, ассоциативное поле, ассоциативный эксперимент.

Skobnikova Oksana. Psycholinguistic Analysis of the Concept “FAMILY”. This article is devoted to the study of the structure and content of the concept “FAMILY” through the construction of its associative field with the help of an associative experiment as a leading psycholinguistic method. The article defines the basic thesis and describes the methodology of the conducted research. Associative experiment is aimed at studying verbal representatives of the content of consciousness and allows us to identify the reality, specifically reflected in the submission of the individual. On the basis of the data of the associative experiment, it is possible to construct an associative-semantic network of the carrier of a particular culture. The associative field is defined as a set of associative responds on a word-stimulus. The structure of the associative field of the concept “FAMILY” is considered as containing the core and peripheral zone. It is proved that the reactions with the highest frequency index form the core of the associative field, while the associates, given by some or some participants in the experiment, form its peripheral zone. Among the existing types of the associative experiment, a free associative experiment was chosen for this study. According to the experiments, the associative stimulus field of the family was formed. The key words representing the core of the concept “FAMILY” and forming the periphery of the concept were selected. For a more detailed understanding of the concept, the data was arranged according to the frequency of associations and theme. It was noted that among the lexemes used to describe the concept “FAMILY”, nouns predominate in terms of the attitude towards the family and its members, and also the adjectives are available for the indication of family members and place of residence. It was proved that among the resulting associations reactions with positive and neutral connotations predominate, while the number of reactions with negative connotation is negligible. As a possible perspective of further research, the construction of the associative field of the concept “FAMILY” on the material of thesauri presented in modern English explanatory dictionaries was proposed.

Key words: concept, psycholinguistic analysis, associative field, associative experiment.

УДК 81'1:81'37:81'23

Ольга Сурмач

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ НА СЛОВО-СТИМУЛ *MONEY* В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті розглянуто метод асоціативного експерименту, а також досліджено когнітивно-психолінгвістичну інтерпретацію отриманого матеріалу. Асоціативність – одна з ознак творчого мислення людини. Словесні асоціації є результатом сприйняття індивідумом об'єктивної дійсності через призму власного життєвого досвіду, культурного і соціального рівнів. Асоціативним полем лексеми є сукупність асоціатів на слово-стимул. Позитивна й негативна конотованість певних ділянок асоціативного поля є важливим показником національної специфіки концепту. Матеріали асоціативно-психолінгвістичного експерименту є віддзеркаленням специфічної картини світу. Сукупність реакцій, отриманих на слово-стимул, дає змогу міркувати про психолінгвістичну структуру значення вихідного слова як про комплексне явище, що супроводжується низкою параметрів, зокрема тих, у яких простежується емоційне забарвлення.

Ключові слова: асоціативний експеримент, концепт, когнітивна лінгвістика, мовознавство, реакція, слово-стимул.

Постановка наукової проблеми та її значення. Концепт як лінгвокогнітивне явище – це дискретна змістовна одиниця колективної свідомості, яка відображає предмет реального чи ідеального світу і зберігається в національній пам'яті носіїв мови у вербально позначеному вигляді. Концепт завжди позначений лінгвокультурною специфікою. Дослідження психо-лінгвістичних аспектів концепту є засобом його етнокультурної індивідуалізації.

Концепти різних культур відбивають наші уявлення про те, як влаштований світ. Через входження простіших концептів до складніших вони вибудовуються в певну ієрархію, що є відображенням багатовимірної структури мовної свідомості. Культурний концепт, виражений словом, нерозривно пов'язаний із внутрішнім світом мовця, тому має як узагальнений, так і індивідуальний зміст.

Особливий інтерес становить теорія польової організації концепту, що передбачає наявність таких зон, як ядро та периферія. Так, Й. А. Стернін та З. Д. Попова виділяють ядро, або базовий шар, та периферію, або інтерпретаційне поле [1, с. 58]. Ядро концепту – це чуттєвий образ: сприйняття, уявлення та поняття. Периферія концепту містить оцінки й трактування змісту ядра концепту національною та індивідуальною свідомістю, вона представлена в приказках, прислів'ях, інших фразеологізмах. На думку вченого, концептуальні ознаки можна віднести до ядра чи периферії на основі їх представлення в лексикографічних джерелах: ознаки, зафіксовані в усіх джерелах, є ядерними, а лише в деяких – периферійними.

Через зміни в соціально-культурному житті національної спільноти та чи та концептуальна ознака може переміщатися з віддаленої периферії в ближню. У подальшій перспективі можливе її входження в приядерну зону концепту.

Отже, актуальність нашого дослідження зумовлена необхідністю проведення психо-лінгвістичного експерименту, який дає змогу об'єктивувати ті параметри когнітивної пам'яті мовних знаків – вербалізаторів концепту, які можна передбачити на підставі аналізу їх семантичних зв'язків у складі лексичної системи мови.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Асоціативний експеримент ефективно застосовувався для дослідження лексики ще з другої половини ХХ ст., зокрема в роботах О. О. Леонт'єва, який наголошував на єдності психологічної природи семантичних та асоціативних характеристик [2, с. 168].

Асоціації досліджуваного концепту в межах асоціативно-смыслового поля розподіляють за певними напрямками, утворюючи асоціативні зони. Асоціативний експеримент та опрацювання його результатів мають такі етапи:

1) побудова асоціативного поля. На цьому етапі респондентам запропоновано написати перше слово, яке спадає на думку, як реакцію на певний стимул. Жодних обмежень на реакції немає;

2) статистика кількісних показників отриманих реакцій. Після проведення експерименту підраховуємо загальну кількість реакцій на запропоноване слово-стимул;

3) когнітивна інтерпретація асоціатів в англійській мові. Виділені на попередньому етапі реакції згрупуємо за окремими когнітивними ознаками. Слова-асоціати виконують тут функцію мовних засобів вербалізації. Так, в асоціативному експерименті концепт *wealth* об'єктивується мовними одиницями (асоціатами), які розміщені в порядку виникнення під час експерименту;

4) когнітивно-психолінгвістична інтерпретація досліджуваного концепту. Виділені когнітивні шари формують зміст аналізованих концептів. У нашому дослідженні під когнітивним шаром розуміємо сукупність когнітивних ознак, які відображають дискретну одиницю концепту певного рівня абстракції, що має мовні способи об'єктивації (слово, словниковий ряд, фразеологічні одиниці). Когнітивна ознака – це мінімальний структурний компонент концепту, який відображає його певну рису [3, с. 131];

5) побудова моделі асоціативного поля досліджуваного концепту в англійській мові. З цієї метою з'ясуємо, як кожний шар представлений у структурі концепту, що дає змогу виділити його ядро та периферію.

Мета і завдання статті. Метою дослідження є комплексна характеристика та аналіз асоціатів і побудова моделі асоціативного поля.

Методом анкетування було опитано 65 представників американської та британської лінгвокультури (чоловіків – 22, жінок – 43; серед них студенти, працівники освіти й культури, військовослужбовці, пенсіонери, більшість із них має вищу або незакінчену вищу освіту, а вік переважної частини опитаних становив 20–30 років). 60 % із корпусу респондентів становить група з 18 до 30 років, 40 % – група з 30 до 45 років. З них вищу освіту мають 76 %, середню – 24 %. Експеримент проводили в письмовій формі. В анкетах його учасники коротко інформували про себе.

Стандартна схема проведення вільного асоціативного експерименту передбачала два етапи: спочатку інформантові письмово пропонували слово-стимул *money* (*гроші*). Після цього він мав написати спершу слово, яке спаде йому на думку, а потім – усю сукупність слів унаслідок його реакції на слово-стимул. Респондентам дозволялося поставити прочерк (риск), якщо не було варіантів відповіді, що ми кваліфікували як екстрасигнальну реакцію. Зібрані дані проаналізовано й подано нижче.

Ми отримали такі реакції на слово-стимул *money* (цифри в дужках означають кількість названих реакцій на слово-стимул): *wealth* (56), *bank* (53), *buy* (52), *power* (49), *gold* (46), *rich* (44), *cash* (43), *authority* (43), *coins* (42), *more money* (41), *dollar* (40), *pounds* (38), *spend* (36), *motive* (35), *success* (35), *worry* (34), *payment* (33), *necessary* (32), *income* (30), *big money* (28), *purchase* (28), *possessions* (27), *property* (26), *house* (25), *finance* (24), *helpful* (23), *luxurious lifestyle* (22), *spending* (22), *big corporations* (21), *food* (19), *help* (19), *capital* (18), *green* (17), *opportunity* (16), *bankrupt* (16), *force* (15), *essential* (15), *welfare* (15), *mansion* (14), *desirable* (14), *pocket money* (13), *education* (13), *responsibility* (13), *benefit* (12), *key to success* (12), *stress* (12), *useful* (11), *work* (11), *succeed* (11), *allowance* (10), *empty* (10), *happiness* (9), *posh* (9), *lucky* (9), *manage* (8), *new car* (8), *pension* (8), *accent* (7), *stinks* (7), *difficult* (6), *joy* (6), *happy* (6), *lottery* (6), *effort* (6), *danger* (5), *funds* (5), *RP* (5), *evil* (4), *joyful* (3), *pin money* (3), *cabbage* (3), *Las Vegas* (3), *chicken feed/peanuts* (2), *pleased* (2), *Grants* (2), *corruption* (1), *devil* (1), *the Almighty dollar* (1), *monarchy* (1). Загалом відзначено 75 реакцій: 20 (27 %) – позитивних, 8 (10 %) – негативних, 47 (63 %) – нейтральних.

Лексема *money* має такі когнітивні складники:

1) гроші – це багатство, наявність власності (*wealth, normal lifestyle, more money, capital, finance, rich, income, big corporations, possessions, property*);

2) різновид грошей (*cash, coins, gold, green, funds*);

3) гроші, пов'язані з криміналом, дають відчуття неспокою (*motive, corruption, danger, stinks, evil, worry, empty*);

4) різні способи витрачання грошей (*buy, spend, spending, purchase, payment*);

5) гроші – можливість для досягнення чогось (*desirable, key to success, opportunity, essential*);

6) гроші – влада (*power, authority, responsibility*);

7) гроші викликають позитивні емоції (*happiness, happy, lucky*);

8) місце зберігання грошей (*bank*);

9) щоб заробити гроші, необхідно працювати (*work, effort*).

За ознакою семантичної спорідненості словесні реакції на слово-стимул *money* ми об'єднали в такі мікрогрупи:

1) **“багатство”** – *wealth, rich, luxurious lifestyle, income, big money, possessions, property, big corporations, funds*. Усього відзначено 259 реакцій;

2) **“успіх”** – *success, opportunity, key to success, lucky, lottery, welfare, Las Vegas, succeed, manage*. У цій мікрогрупі виявлено 115 реакцій;

3) “**сила**” – *power, authority, big money, big corporations, funds, Grants, force*. Тут отримано 163 реакції;

4) “**наявність власності**” – *possessions, property, house, mansion, capital*. Ця мікрогрупа представлена 110 реакціями;

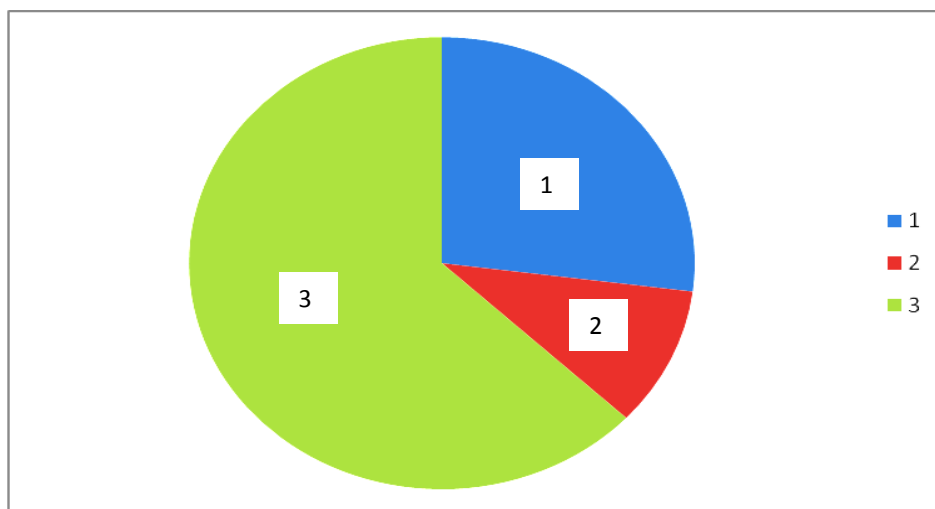
5) “**гроші**” – *dollar, pound, chicken feed/peanuts, pension, cabbage, allowance, benefit*. Тут відзначено 113 реакцій.

До периферії асоціативного поля слова-стимулу *money* належать лексеми таких мікрогруп:

1) “**радість**” – *happiness, happy, joyful, pleased*. Ця мікрогрупа налічує 26 реакцій (9+6+3+2+6);

2) “**зло**” – *evil, stinks, danger, corruption, devil*. У цій мікрогрупі виявлено 18 реакцій (4+7+5+1+1).

Зазначимо, що соціокультурні характеристики зумовлені ідеологією, яка панує в певному суспільстві. У нашому експерименті реакції *capital, possessions, property* також підкреслюють прихильність носіїв англійської мови до матеріальних цінностей. “Ідеологічне навантаження” асоціативного поля слова-стимулу *money* пов’язане з ідеалами, які панують в американському та англійському суспільствах, а також із культурним та історичним минулим цих країн (див. рис. 1).



1 – 27 % – позитивно забарвлена лексика (20 реакцій);

2 – 10 % – негативно забарвлена лексика (8 реакцій);

3 – 63 % – нейтральна лексика (47 реакцій).

Рис. 1. Процентне співвідношення реакцій, отриманих на слово-стимул *money*

В американському суспільстві великі гроші асоціюються з впливовістю та владою. Не випадково слова *power, authority* досить часто згадували під час експерименту. У словниковому визначенні лексеми *power* семантичний елемент *wealth* відбитий експліцитно: “*a person, organization or country that has control over others, often because of wealth or importance*” [4, с. 1105].

Складником асоціативного поля *money* є такі лексеми: *allowance, pension, pocket money, welfare, benefit*. Усі вони об’єднані загальним значенням “гроші, які отримують регулярно від когось для проживання”. Але кожна з цих лексем має певне вужче значення. Так, слово *benefit* серед інших тлумачень означає “*money that people receive from the government if they have no job, do not earn a lot, or are sick*” (“гроші, які люди отримують від уряду, якщо вони хворі чи безробітні, чи заробляють недостатньо для проживання”) [5, с. 860].

І якщо лексему *benefit* використовують в обох варіантах англійської мови, то слово *welfare* характерне лише для американського варіанта англійської мови і має значення “*money that is paid by the Government to people without jobs*” (“гроші, які уряд платить безробітним”) [5, с. 860]. Лексема *allowance* в британському варіанті англійської мови має значення “*an amount of money that someone receives regularly, which they do not earn by working*” (“сума

грошей, які людина регулярно отримує, але не за виконану роботу”); в американському варіанті вона має вужче значення – як синонім до англійського *pocket money*: “small amount of money that children receive from their parents every week” (“невелика сума грошей, яку діти щотижня отримують від батьків на кишенькові витрати”) [5, с. 860]. Лексема *pension* є аналогом до українського слова “пенсія” і має значення “amount of money that people receive from their insurance company or former employer” (“гроші, які людина отримує від страхової компанії чи з місця колишньої роботи”). В українській мові пенсія – це гроші, які людина отримує після досягнення певного віку, втрати годувальника, а також за вислугу років у деяких сферах трудової діяльності.

Вислів *pin money* (“кишенькові гроші”) співвідноситься з концептом *wealth*, хоч тут йдеться про незначну суму. Бідна людина кишенькових грошей не має, для неї такі гроші – уже розкіш. Якщо в людини є *pin money*, то це значить, що в неї є гроші взагалі.

Вислів *chicken feed* або *peanuts* має значення “мізерна сума грошей” і теж належить до периферії концепту *wealth*. “Chicken feed” – дослівно “корм для курчат”. У складі іменника “chicken” є значеннєвий компонент “малий”, а саме протиставлення “hen-chicken” – це протиставлення “великий-малий”. Переносне значення цього вислову таке: “невелика сума чи кількість чогось, якої вистачає якраз для того, щоб прогодувати курчат, але недостатньо для людського прожиття”: “To a multi-millionaire \$100 is a chicken feed” [6, с. 18]. Сюди ж віднесемо й вислів “peanuts” (горішки) – це сума грошей, яка настільки мала, що за неї можна купити лише жменьку горішків, наприклад: “To me \$1000 is a lot of money, but to a millionaire it’s peanuts” [6, с. 60].

Лексема *bankrupt* перебуває на межі концептуального порубіжжя *wealth-poverty* (багатство-бідність). Якщо про людину кажуть *bankrupt*, то вона вже неспроможна заплатити за щось і зовсім не має фінансів (*unable to pay one’s debts or a person who is unable to pay his debts*) [7, с. 481]. Однак для того, щоб стати *bankrupt*, потрібно спочатку мати заощадження або бізнес (*a person or a business that is bankrupt has officially admitted that they have no money*) [8, с. 95].

Лексеми *accent* та *RP (Received Pronunciation)*, які були згадані відповідно сім та п’ять разів під час експерименту, з’явилися внаслідок упередженого ставлення до вимови людини. У середині ХХ сторіччя саме акцент був індикатором класової належності. Найпрестижнішим акцентом вважався “Received Pronunciation” (“набута вимова”) – так говорять про поєднання розмовної англійської і так званого “правильного” акценту, яким володіють випускники Оксфорда, працівники телебачення та члени королівської родини. Це підтверджують його розмовні назви: “BBC English”, “Oxford English” або “Queen’s English”. У середині ХХ сторіччя людині, акцент якої відрізнявся від уже згаданого “RP”, могли відмовити в престижній посаді або службовому підвищенні.

Деякі вчені зауважують, що класова система у Великобританії збереглася завдяки своїй гнучкості [9, с. 48]. Людина могла народитися бідною (*poor*), проте, якщо б вона одружилася з представником вищого класу, то її діти належали б уже до цього класу. Варто зазначити, що сьогодні не кожен із британців хоче показати, що він належить до вищого соціального прошарку. Саме це пояснює частково негативну конотацію слова “posh”, яке вживається для опису людини з вищого класу (“of a class higher than the speaker belongs to”) [9, с. 50].

На основі експерименту з’ясовано, що для середньостатистичного американця чи англійця затишний будинок у передмісті та власний транспортний засіб є розкішшю. Більшість жителів США не має змоги купити нове авто, тому вони купують старі машини, які коштують значно дешевше. Так, під час експерименту було згадано лексему *new car* у значенні атрибута багатства, коли людина має змогу купити нову машину не тоді, коли вона вийшла з ладу, а коли з’явилося бажання придбати новішу модель.

Досить поширений американський ідіоматичний вислів *the almighty dollar* (*the power of wealth*) [10, с. 14] є прямим вербалізатором концепту *wealth* і способом його лексичного

наповнення. Слово *almighty* має значення “(of God) having the power to do everything”; цей фразеологізм демонструє, що в американській культурі гроші мають величезну силу, яку порівнюють навіть із божественною [4, с. 35]. До речі, в українській мові вислів “всемогутня гривня” не поширений, а “всемогутній долар” – це іншомовне запозичення.

Гроші потрібні для досягнення влади, впливу, престижу. Відомо, що в американському суспільстві гроші завжди мали високу позитивну оцінку. Для позначення надприродних можливостей грошей уживають різні метафори: *money talks, money makes the world go round, money is the root of all evil* [11, с. 233]. Прагнення американців до збагачення ніколи не засуджувалося, а, навпаки, заохочувалося.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Асоціативний експеримент, попри певний елемент особистісного суб’єктивізму, дозволяє виявити та показати лінгвокультурну своєрідність концептів, притаманну не конкретним індивідуумам, а національним мовам, як віддзеркаленням специфічних картин світу. Сукупність реакцій, отриманих на слово-стимул, дає змогу міркувати про психолінгвістичну структуру значення вихідного слова як про комплексне явище, що характеризується низкою параметрів, зокрема тих, у яких простежується емоційне забарвлення.

Дж ерела та література

1. Стернин И. А. Методика исследования структуры концепта / И. А. Стернин // *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 2001. – С. 58–65.
2. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
3. Рудакова А. В. Объективация концепта “быт” в лексико-фразеологической системе русского языка : дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.01 / А. В. Рудакова. – Воронеж, 2003. – 213 с.
4. Cambridge International Dictionary of English / ed. by Paul Procter. – Cambridge University Press, 1996. – 1774 p.
5. Longman Language Activator / by Addison Wesley. – Longman Group UK Limited, 1997. – 1598 p.
6. Thomas B. J. Advanced Vocabulary and Idiom / B. J. Thomas. – Nelson House, 1991. – 122 p.
7. Longman Lexicon of Contemporary English / by Tom McArthur. – Longman, 1990. – 914 p.
8. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners / editor-in-chief Michael Rundell. – Macmillan Publishers Limited, 2002. – 1692 p.
9. O’Driscoll J. Britain. The country and its people: an introduction for learners of English / James O’Driscoll. – Oxford : Oxford University press, 1997. – 224 p.
10. Partridge E. A dictionary of clichés / E. Partridge. – 5th ed. – Routledge & Kegan Paul London, Doston and Henley, 1978. – 262 p.
11. Fergusson R. The Penguin Dictionary of Proverbs / R. Fergusson. – Market House books Ltd. 2000. – 372 p.

References

1. Sternin, I. A. 2001. “Metodika issledovanija struktury kontzeptja”. *Metodologičeskije problemy kognitivnoj lingvistiki*, 58–65. Voronezh: Izdatelstvo Voronezhskogo universiteta.
2. Leontjev, A. A. 1969. *Jazyk, rech, rečevaja dejatel'nost*. Moskva: Enlightenment.
3. Rudakova A. V. 2003. “Objectivizatzija koncepta “byt” v leksikologičeskoj I idiomatičeskoj systemax rysskogo jazyka” PhD diss. Voronezh.
4. *Cambridge International Dictionary of English*, 1996. Ed. by Paul Procter. Cambridge University Press.
5. Wesley, Addison. 1997. *Longman Language Activator*. Longman Group UK Limited.
6. Thomas, B. J. 1991. *Advanced Vocabulary and Idiom*. Nelson House.
7. McArthur, Tom. 1990. *Longman Lexicon of Contemporary English*. Longman.
8. *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners*, editor-in-chief Michael Rundell. 2002. Macmillan Publishers Limited.
9. O’Driscoll, James. 1997. *Britain. The country and its people: an introduction for learners of English*. England: Oxford University press.
10. Partridge, E. 1978. *A dictionary of clichés*. Routledge&Kegan Paul London, Doston and Henley.
11. Fergusson, R. 2000. *The Penguin Dictionary of Proverb*. Market House books Ltd.

Сурмач Ольга. Психолінгвістическая інтерпретація результатів асоціативного експеримента на слово-стимул “ДЕНЬГИ” в англійському мові. В цій статті ми розглядаємо метод асоціативного експеримента, а також досліджуємо когнітивно-психолінгвістическу інтерпретацію отриманого матеріалу. Асоціативним полем лексеми є кількість асоціативів на слово-стимул. Позитивна і негативна конотація окремих частин асоціативного поля є важливим показником національної специфіки концепта.

Ключевые слова: асоціативний експеримент, концепт, когнітивна лінгвістика, мовознавство, реакція, слово-стимул.

Surmach Olga. Psycholinguistic Interpretation of the Results of the Associative Experiment: a Case Study of the Word-stimulate “MONEY” in the English Language. In this article we review the associative experiment and analyze cognitive-psycholinguistic interpretation of the received material. The associative field of the word is the whole range of the received words on the stimulating word. Positive and negative connotations of certain areas of the associative field are essential key figures of the concept's national specific features.

Key words: associative experiment, concept, cognitive linguistics, linguistics, reaction, stimulating word.

УДК 821.111(73)

Раїса Чорній

НАЗВА ТА ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ ЯК ШИФР ДО ДЕКОДУВАННЯ РОМАНУ КЕТРІН СТОКЕТТ “ПРИСЛУГА”

У статті подано характеристику функціонування деяких композиційно сильних позицій твору, зокрема їх роль у репрезентації специфіки розкриття авторської концепції твору та його художніх інтенцій. Важливою передумовою для цілісного сприймання твору є врахування особливостей назви та художнього оформлення друкованого примірника, зокрема зовнішній вигляд титульної сторінки. На прикладі роману “Прислуга” американської письменниці Кетрін Стокетт проаналізовано особливості заголовкового комплексу як інструментарію для реалізації авторського задуму з урахуванням терпимості до різних думок, поглядів, вірувань, певних етнічних стереотипів та пережитків расистського характеру. Також у статті проаналізовано сюжетоутворювальну функцію заголовка, зокрема виявлено специфічні особливості структури та семантики назви твору, його зв'язок з художнім контекстом, роль у розгортанні сюжету та вибудові часо-просторового континууму. Важливим елементом, що збагачує художній доробок є його семантична особливість, що виконує узагальнювальне та конкретизаційне значення. Так, якщо на початку твору заголовок сприймається читачем як назва тексту, що виконує номінативну, інформаційну та прогностичну функцію, то після завершення читання значення заголовка збагачується додатковим змістом.

Особливу роль у безпосередньому контакті з читачами відіграє візуальний контакт з книгою, що репрезентує певну ступінь зацікавлення і може провокувати як позитивний, так і негативний подальший комунікативний ефект, готовність чи відмову від подальшого спілкування. Закладена в ілюстрацію текстова інформативність допомагає розкрити основну ідею твору, прагматичність авторської установки. На прикладі роману Кетрін Стокетт “Прислуга” встановлено ступінь взаємозв'язку художнього оформлення та назви роману з авторським текстом, а також охарактеризовано відмінності художнього оформлення дебютного роману для публікації книги в США та Великій Британії та обґрунтовано причини такого вибору.

Ключові слова: заголовок, художнє оформлення, обкладинка, сприйняття, візуальний контакт, художній час, художній простір, текстова інформативність

Постановка наукової проблеми та її значення. Кетрін Стокетт (Kathryn Stockett) протягом недовгого часу зуміла посісти місце однієї із визнаних фігур сучасного американського письменництва. У себе на батьківщині дебютний роман “Прислуга” (The Help, 2009) своєю самобутністю та суперечливістю одразу привернув увагу не тільки істориків літератури, критиків, а й численну аудиторію прихильників. Така авторитетна творчість не залишила байдужими митців далеко і за межами США, тому принаймні ще в сорока двох країнах світу роман-бестселер про життя афроамериканців був опублікований та перекладений вісьмома мовами світу (арабською, голландською, іспанською, корейською, німецькою, португальською, російською, французькою) [13]. Спектр читацької рецепції роману розширився завдяки аудіокнигам та екранізації твору (2011), а письменниця була удостоєна численних літературними нагород, зокрема: Exclusive Books Boeke Prize (2009), Оранж літературна премія (англ. Orange Broadband Prize for Fiction) (2010), SIBA Book Award (2010), New York Times Bestseller (2011) [11].

Проте в Україні своєрідний за тематикою, проблематикою та структурою твір американського прозаїка поки що мало досліджений, за винятком окремих спорадичних розвідок [7, с. 67]. У цьому полягає актуальність дослідження.

Справжньої суспільної вартості художній доробок митця набуває в безпосередньому контакті з читачами, бо “кожен мистецький твір стає естетичною реальністю тільки в сприйнятті реципієнта” [2, с. 75]. Через текст “як форми художнього втілення авторської свідомості, авторського образу” [3, с. 18], митець вступає у спілкування з реципієнтом, при цьому не тільки активізує читацьку уяву, а й “запрошує” читача до співучасті, тим самим реалізуючи потенції тексту [6, с. 268].

Цілісне сприйняття художнього тексту спирається на певні композиційні й семантичні доміанти, ті композиційні частини тексту, які відіграють особливу роль, адже саме завдяки їм реалізується “специфічна організація тексту, яка забезпечує висування на перший план найважливіших смислів тексту..., встановлення ієрархії смислів, фокусування уваги на найбільш важливому, підсилення емоційності та естетичного ефекту, встановлення значущих зв’язків між елементами суміжними й дистанційними, які належать до одного чи різних рівнів забезпечення зв’язності тексту та його запам’ятовування” [1, с. 23–24].

Мета і завдання статті – розкрити роль та особливості функціонування заголовка та художнього оформлення книги як компресованої форми мовлення; з’ясувати ступінь взаємозв’язку “сильних позицій тексту” з авторською концепцією твору на прикладі роману Кетрін Стокетт “Прислуга”.

Аналіз досліджень цієї проблеми. До осмислення аспектів структурно-сислової організації тексту як цілісного художнього явища загалом та компресованих форм, зокрема, зверталися неодноразово і зарубіжні (І. Арнольд, Р. Барт, Д. Вільямс, І. Гальперін, О. Джанджакова, В. Ізер, Ю. Лотман), і вітчизняні науковці (І. Франко, Р. Гром’як, О. Галич, А. Волков, В. Богуславська, Ю. Карпенко, І. Кошова, В. Кухаренко, О. Волковинський) різних галузей гуманітарних наук (літературознавства, мовознавства, психології, журналістики).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Сприйняття художнього тексту ґрунтується на своєрідних композиційно-сислових принципах, які не тільки спрямовують процес сприймання та розуміння повідомлення, а й задають своєрідну програму взаємодії читача з твором [с. 81]. При цьому особливу роль реалізації авторського задуму відіграють так звані “сильні позиції” тексту, з якими читач зустрічається безпосередньо перед читанням чи під час читання. До сильних позицій тексту належать як обов’язкові композиційні частини (назва, початок та кінець твору, підзаголовки частин), так і не обов’язкові (обкладинка, анотація, присвята, епіграф, пролог, епілог, післямова).

Як невід’ємна частина художнього твору та його структури, назва твору слугує важливим елементом для розкриття авторського задуму, викликаючи настанову, яка переростає в процес осягнення твору вже від моменту безпосереднього сприйняття прізвища автора, художнього оформлення і назви твору [2, с. 35]. Назва твору містить у собі ідею (тему) художнього твору, посилює його пізнавальну вартість, адже саме в назві твору закладанні авторські сильні позиції, яким безпосередньо підпорядковуються виражені в художньому тексті образи та ідеї [1, с. 23].

Сюжетну основу роману Кетрін Стокетт “Прислуга” (The Help) становить драматична історія життя темношкірих жінок, які працюють прислугою у будинках білих господарів у місті Джексоні, штату Міссісіпі впродовж 1962–1964 років, у період загострення боротьби чорношкірого населення США за свої громадянські права. Назва художнього твору “The Help” представлена пропріативом і поєднує тему та проблему.

Розширена образність в назві твору “Прислуга” розкриває авторський задум і “накреслює ту доміанту, яка визначає собою побудову розповіді” [4, с. 204], адже в англійській мові означений артикль вжитий перед іменником, позначає не окрему особу, а весь клас у цілому і

вживається для позначення всього виду, а не окремих його представників. “The Help”, що в перекладі українською – “Прислуга” – це заголовок із вказівкою на рід заняття людини, її соціальний стан. Семантична особливість, яка закладена в назві твору, виконує узагальнювальне та конкретизаційне значення. Заголовна лексема “The Help” – це той “специфічний психосоціолінгвістичний вузол, який стягує усі, іноді навіть різнопланові, простори твору в єдиний смисловий пучок” [7, с. 66]. Якщо на початку твору заголовок сприймає читач як назву тексту, що виконує номінативну, інформаційну та прогностичну функцію, то після завершення читання значення заголовка збагачується додатковим змістом. У самому тексті лексему “Help” уживають близько 180 разів і реалізовано в тексті у прямому значенні (прислуга, допомога), *що зумовлено специфікою авторської “зри” та художніми інтенціями письменниці*. Індекс “прислуга” проектує увагу читача вже з перших сторінок роману, який починається і закінчується оповіддю темношкірої служниці Ейбелін. Відтак, створений заголовком “центр онімного простор” (Ю. О. Карпенко) повертає увагу до головного – до проблеми трагічної долі темношкірих людей в умовах сегрегації загалом та чорношкірих жінок-служниць зокрема.

Важко не погодитися з думкою Р. Т. Гром’яка, що момент зустрічі читача з твором впливає на процес сприймання в досить вирішальний спосіб, де особливу роль відіграє художнє оформлення книги, адже художнє оформлення визначає обличчя книги [4, с. 35] і “викликає конкретне чуттєве враження-відчуття, на якому будується образ або й сприйняття цілого твору” [4, с. 14]. Ілюстрована обкладинка як своєрідне “когнітивне оперування з текстом” викликає певні асоціації, думки, передбачення, залучаючи читача до пізнавального діалогу з текстом. Закладена в ілюстрацію текстова інформативність допомагає розкрити основну ідею твору, прагматичність авторської установки. Візуальний контакт з книгою, її художнім оформленням, репрезентує певний ступінь зацікавлення і, як “емоційне живлення” (Н. Волкова) або “сигнальний пристрій” (Г. Вільсон), може провокувати як позитивний, так і негативний подальший комунікативний ефект, готовність чи відмову від подальшого спілкування.

Для художньої репрезентації дебютного роману “Прислуга” Кетрін Стокетт було обрано два варіанти обкладинки: одна для американського видання, інша для публікації роману у Великій Британії.

Для оформлення одного із варіантів титульної сторінки роману американської письменниці використано світліну з архіву Національного Конгресу США, на якій зображено маленьку білу дівчинку в дитячому візочку з двома темношкірими жінками одягнутими в накрохмалені білі уніформи. Саме ця обкладинка до книги, на думку Джессемі Калкін (Jessamy Calkin), журналіста однієї із найпопулярніших та багатотиражних газет Великої Британії «Дейли телеграф» (The Daily Telegraph), слугує не просто підказкою до твору, яка несе інформативне повідомлення до розуміння тексту, а якнайкраще реалізує зв’язок художнього оформлення з назвою та авторським текстом [10], тим самим “спрямовуючи здогадки та очікування читача в бажаному для автора напрямку” [9, с. 87]. Вже в оформленні книги зі згаданою світлиною закладено показник, що виражає ідейне навантаження твору, адже художній простір роману та час, яким датується фото, збігається. Проте візуально-образна мова, в яку закодовано своєрідну знакову систему “свій-чужий” (за спогадами самої Кетрін Стокетт, у кожній білій родині того часу була чорношкіра робітниця одягнута у білу форму як ознаку того, що вона працює на одного із білих господарів [12]), протиставлення, яке пронизує всю американську культуру і носить дещо провокативний характер.

Історичний роман “Прислуга” за проблематикою і конфліктом є водночас і суспільно-політичним романом, події якого хоча і розгортаються в часи законів Джима Кроу (Jim Crow laws), проте залишаються актуальними до сьогодні (за статистичними даними Центру американського розвитку 2011 року покоївками лише у Нью Йорку працюють 95 відсотків афроамериканців [15]). Незважаючи на те, що більшість білого населення США позитивно ставляться до темношкірих, проте у свідомості деяких білих американців існує ще й сьогодні певний набір етнічних стереотипів та пережитків расистського характеру.

Спробуємо припустити, що саме з цих причин обкладинку до американського видання було підібрано з урахуванням терпимості до різних думок поглядів, вірувань.

Художня інтерпретація обкладинки для публікації роману в США – синтез вербальних, візуальних, художньо-графічних засобів виразності. Три пташки, які сидять на гілці, одна з трьох дещо на відстані, як доповнення до назви роману – таке авторське образне рішення до декодування, адже заголовок “ніколи не є простим індексом знакового комплексу, але завжди – символом певного смислу” [8, с. 9]. З одного боку, в образі птаха як символу свободи, польоту мислення, сили духу автор виражає власні соціально-естетичні устремління. Кількість пташок в ілюстрації титульної сторінки – авторський натяк на протагоністів роману – трьох жінок, які намагаються донести людям усім давно відому істину, в якій переконана темношкіра служниця Ейбелін і, ця істина все ще залишається її прихованим криком душі: “*A course we different! Everbody know colored people and white people ain’t the same. But we still just people!*” (Звичайно ми різні! Всі знають чорні люди і білі люди не одне і теж. Але ж ми все таки люди!) [14, с. 87] (тут і далі, де спеціально не вказано, переклад наш. – Р. Ч.).

З іншого боку, певна відстань між ними вказує на все ще наявний у житті соціальний, культурний бар’єр, який існує між расами, що штучно придуманий самими людьми. Саме на це і звертає увагу біла леді міс Скиттер, роздуми якої перегукуються з міркуваннями чорношкірої служниці: “*We are just two people. Not that much separates us. Not nearly as much as I’d thought*” (Ми просто дві людини. Не так вже й багато нас розділяє. Не така вже й різниця між нами. Зовсім не така як я думала) [14, с. 188]. Отже, міркування жінок виражають внутрішній протест проти будь-яких проявів расової ідеології.

Візуальна презентація птаха на обкладинці книги виражає авторське трактування християнського мотиву терпіння як важливої складової віри у кращі зміни. Закладена в образі “птаха” ідея польоту представляє авторське ідею-порівняння з вільною, щасливою людиною: “*...I’m free, like Minny. Freer than Miss Leefolt, who so locked up in her own head she don’t even recognize herself when she read it. And freer than Miss Hilly. That woman gone spend the rest a her life trying to convince people she didn’t eat that pie. I think about Yule May setting in jail. Cause Miss Hilly, she in her own jail, but with a lifelong term*” (Я вільна, як і Мінні. Вільніша за міс Ліфолт, яка настільки залякана, що навіть не впізнає себе в книзі. І набагато вільніша за міс Хіллі. Ця жінка все своє життя намагатиметься переконати людей, що не їла. Я думаю про Юл Мей, що сидить у в’язниці з вини міс Хіллі. Та й сама міс Хіллі насправді у в’язниці, створеною ж нею самою, тільки з пожиттєво термін ув’язнення – своїй власній).

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, художнє оформлення роману “Прислуга” не тільки взаємопов’язане з назвою та текстом-джерелом, а й увиразнює та підсилює емоційну насиченість, інформативність художнього твору. Назва твору “Прислуга”, художнє оформлення і текст-джерело – “взаємопороджувальні величини”. Заголовок та обкладинка як компресовані форми мовлення є знаками-мотиваторами, які, акумулюючи в собі ідейно-сміслові настанови автора, наповнюють твір асоціаціями, взаємозбагачуються та виступають кодом до розшифрування, збуджуючи інтерес до прочитання.

Подальші дослідження ми вбачаємо в дослідженні стилістичної характеристики експресивних засобів ідіолекту Кетрін Стокетт.

Дж ерела та література

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольд // Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4.
2. Волкова Т. С. Проблема жанра в современной поэзии. На материале современной русской и украинской поэзии / Т. С. Волкова. – Львов : Свит, 1991. – 188 с.
3. Выготский Л. С. Психология искусства [Электронный ресурс] / Л. С. Выготский. – Режим доступа : http://narratology.at.ua/_ld/0/23_Vygotskiy-Psikh.pdf
4. Гром’як Р. Т. Давнє і сучаснє / Роман Гром’як. – Тернопіль : ЛІЛЕЯ, 1997. – 272 с.
5. Ізер В. Процес читання: феноменологічне наближення / В. Ізер // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. М. Зубрицької. – Львів : Літопис, 1996. – С. 263–276.

6. Кокнова Т. А. Літературні прийоми створення афроамериканських образів на матеріалі роману К. Стокетт “Прислуга” [Електронний ресурс] / Т. А. Кокнова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. 2015 № 15 том 2. – С. 67–69. – Режим доступу : http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v15/part_2/22.pdf
7. Кошечая И. Г. Название как координированная идея текста / И. Г. Кошечая // Иностранные языки в школе. – 1992. – № 2. – С. 66–79.
8. Тюпа В. Произведение и его имя [Электронный ресурс] / В. Тюпа // Литературный текст: Проблемы и методы исследования : сб. науч. тр. – М. ; Тверь, 2000. – Вып. VI. – С. 9–18. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=21464887>
9. Чепелева Н. В. Вплив смислової структури тексту на його розуміння читачем [Електронний ресурс] / Н. В. Чепелева, Л. П. Яковенко // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – 2011. – № 7 (Т. II). – С. 79–89. – Режим доступу : <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v2/i7/9.pdf>
10. Calkin J. The maid's tale: Kathryn Stockett examines slavery and racism in America's Deep South [Electronic resource] / Jessamy Calkin // The Telegraph. – 16 Jul, 2009. – Access mode : <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/5844739/The-maids-tale-Kathryn-Stockett-examines-slavery-and-racism-in-Americas-Deep-South.html>
11. Jones S. The Divided Reception of The Help [Electronic resource] / Suzanne W. Jones. – 2014. – Access mode : <https://muse.jhu.edu/article/536961/pdf>
12. Kathryn Stockett [Electronic resource] // Famous Authors. – Access mode : <http://www.famousauthors.org/kathryn-stockett>
13. McHaney P. Kathryn Stockett's Postmodern First Novel [Electronic resource] / Pearl McHaney // Southern Cultures. – Spring 2014. – Vol. 20, N. 1. – P. 77–92. – Access mode : <https://muse.jhu.edu/article/536966>
14. Stockett K. The Help [Electronic resource] / Kathryn Stockett. – Access mode : http://www.scollingsworthenglish.com/uploads/3/8/4/2/38422447/the_help_-_kathryn_stockett.pdf
15. Williamson J. Twentieth-Century Sentimentalism: Narrative Appropriation in American Literature [Electronic resource] / Jennifer A. Williamson. – 2014. – 256 p. – Access mode : https://books.google.com.ua/books?id=3xNKAqAAQBAJ&pg=PT220&lpg=PT220&dq=Jennifer+A.+Williamson+A+kathryn+stockett&source=bl&ots=kieMdt1gfw&sig=4I7VmmyKm5516rVpj_7UCQ_FS2M&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjyGL_g74DYAhXJ1qQKH1BDdbQQ6AEITzAL#v=onepage&q=Jennifer%20A.%20Williamson%20A%20kathryn%20stockett&f=false

References

1. Arnold, Irina. 1978. “Znachenie silnoi pozitsii dlia interpretatsii khudozhestvennogo teksta”. *Inostrannyye yazyki v shkole*, 4:23-24.
2. Volkova, Tatiana. 1991. *Problema zhanra v sovremennoi poezii. Na materiale sovremennoi ruskoi i ukrainskoi poezii*. Lvov: Svit.
3. Vygotskii, Lev. 1968. *Psihologiya iskusstva*. Moskva: Iskusstvo
4. Hromiak, Roman. 1997. *Davnie i suchasne*. Ternopil: LILEIA.
5. Izer, Wolfgang. 1996. “Protse chytannia: fenomenolohichne nablyzhennia”. *Slovo. Znak. Dyskurs. Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st.*, za redaktsii M. Zubrytska, 263–276. Lviv: Litopys:.
6. Koknova, Tetiana. 2015. “Literaturni pryomy stvorennia afroamerykanskyykh obraziv na materialii romanu K. Stockett “Prysluha””. *Naulovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Philolohiia*, 15 (2): 67-69. http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v15/part_2/22.pdf
7. Koshevaia, Inna. 1992. “Nazvanie kak koordinirovannaia ideia teksta”. *Inostrannyye yazyki v shkole*, 3:66-79.
8. Tiupa, Valerii. 2000. “Proizvedeniie i ego imia”. *Literaturnyi tekst: Problemy I ego metody issledovaniia*. Moskva; Tver. (VI): 9-18. <https://elibrary.ru/item.asp?id=21464887>
9. Chepelieva, Nataliia, and Yakovenko, Liudmyla. P. 2011. “Vplyv smyslovoi struktury tekstu nay oho rozuminnia chytachem” *Aktualni problemy psykhologii*, 7 (II): 79-89. <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v2/i7/9.pdf>
10. Calkin, Jessamy. 2009. *The maid's tale: Kathryn Stockett examines slavery and racism in America's Deep South*. The Telegraph. <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/5844739/The-maids-tale-Kathryn-Stockett-examines-slavery-and-racism-in-Americas-Deep-South.html>
11. Jones, Suzanne. 2014. *The Divided Reception of The Help*. <https://muse.jhu.edu/article/536961/pdf>
12. Kathryn Stockett. Access mode: <http://www.famousauthors.org/kathryn-stockett>
13. McHaney, Pearl. 2014. *Kathryn Stockett's Postmodern First Novel* (20), 1: 77-92. <https://muse.jhu.edu/article/536966>
14. Stockett, Kathryn. 2009. *The Help*. Access mode: http://www.scollingsworthenglish.com/uploads/3/8/4/2/38422447/the_help_-_kathryn_stockett.pdf
15. Williamson Jennifer. 2014. *Twentieth-Century Sentimentalism: Narrative Appropriation in American Literature*. https://books.google.com.ua/books?id=3xNKAqAAQBAJ&pg=PT220&lpg=PT220&dq=Jennifer+A.+Williamson+A+kathryn+stockett&source=bl&ots=kieMdt1gfw&sig=4I7VmmyKm5516rVpj_7UCQ_FS2M&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEw

jygL_g74DYAhXJ1qQKHX1BDbQQ6AEITzAL#v=onepage&q=Jennifer%20A.%20Williamson%20A%20kethryn%20stockett&f=false

Чорний Раиса. Заглавие и художественное оформление как шифр к декодированию романа “Прислуга” Кетрин Стокетт. В статье раскрыто характеристику функционирования некоторых композиционно сильных позиций произведения, в частности их роль в репрезентации специфики раскрытия авторской концепции произведения и его художественных интенций. Важной предпосылкой для целостного восприятия произведения является учет особенностей названия и художественного оформления печатного экземпляра, в частности внешнего вида титульной страницы. На примере романа “Прислуга” американской писательницы Кетрин Стокетт проанализировано особенности заглавного комплекса как инструментарию для реализации авторского замысла с учетом терпимости к разным мнениям, взглядам, верованиям, определенных этнических стереотипов и пережитков расистского характера. В статье также проанализировано сюжетнообразующую функцию заглавия, в частности выявлены специфические особенности структуры и семантики названия произведения, его связь с художественным контекстом, роль в развертывании сюжета и выстраивании временного и пространственного континуума. Важным элементом, который обогащает художественное произведение, является его семантическая особенность, которая исполняет обобщенное и конкретизирующее значение. Таким образом, если в начале произведения заглавие воспринимается читателем как название текста, которое выполняет номинативную, информационную функции, то после того как чтение закончилось заглавие обогащается дополнительным смыслом. Особенную роль при непосредственном контакте с читателями играет визуальный контакт с книгой, который представляет определенную степень заинтересованности и может спровоцировать как позитивный, так и негативный дальнейший коммуникативный эффект, готовность или отказ от дальнейшего общения. Заложённая в иллюстрацию текстовая информативность помогает раскрыть основную идею произведения, прагматичность авторской установки. На примере романа “Прислуга” Кетрин Стокетт установлено степень взаимосвязи художественного оформления и названия романа с авторским текстом, а также дана характеристика отличия художественного оформления дебютного романа американской писательницы для публикации произведения в США и Великой Британии, обусловлены причины такого выбора.

Ключевые слова: заглавие, художественное оформление, обложка, восприятие, визуальный контакт, художественное время, художественное пространство, текстовая информативность.

Chornii Raisa. Decoding Key of the Title and Decorative Design in the Novel “The Help” of Kathryn Stockett. The article deals with the characteristics of functioning of some elements of compositional privileged/strong positions of the text and their role in representing the specific features of the disclosure of the artist’s conception of the text. The important prerequisite for the complete perception of the text is taking into consideration the peculiarities of the title and decorative design of the printed paper back and the appearance of the title page (front matter) of the printbook layout. The characteristics of the title complex as the tools for writer’s intention realization in consideration of toleration to differences of opinion, beliefs, some ethnic stereotypes and racism hangovers in particular are analyzed on the sample of the novel “The Help” written by the American writer Kathryn Stockett. The plot creating function of the title is analyzed in this article, the following structural and semantic characteristics of the title of the book, its connection with the context of the fiction, its role in the plot developing and time and space continuum are highlighted in particular. The principle element enriching the artist’s creation is its semantic peculiarity that plays the integral and concrete meanings. So at the beginning of the text the title is perceived by a reader as the text proprietary name represents the nominative, informative and prognostic functions, and after finishing reading the meaning of the title enriches in additional denotation.

Visual contact with the book is one of the focal points in immediate connection with readers to represent a certain degree of interest and may provoke either positive or negative effect, willingness or refusal to continue further communication. Text information hidden in the illustration assists to show the main idea of the fiction, the pragmatics of writer’s intent. The degree of coherence of cover illustration, the title of the book and the original is defined on the base of Kethryn Stockett’s novel “The Help”. The difference between the decorative design of the book covers for the debut novel publications in the USA and Great Britain is characterized and the reasons of such choices are grounded.

Key words: title complex, decorative design, cover of the book, perception, visual contact, time, space, text information.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Бойчук Валентина Михайлівна** – аспірант кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Бондар Тетяна Георгіївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Веремйова Анна Миколаївна** – викладач французької мови Незалежної Підготовчої Академії (КНР).
- Воробйова Тетяна В'ячеславівна** – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Врона Тетяна Валеріївна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Гарсієва Діана Асланівна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Гедз Світлана Федорівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Гриб Мар'яна Вікторіна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Грибок Олена Миколаївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Дережицька Тетяна Василівна** – аспірант кафедри світової літератури Львівського національного університету імені Івана Франка.
- Дмитрасевич Наталія Ігорівна** – старший викладач кафедри французької філології Львівського національного університету імені Івана Франка.
- Добжанська-Найт Наталія Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Єфимчук Галина Олегівна** – аспірант кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Засєкін Сергій Васильович** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Іскра Ірина Вікторівна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Кащишин Наталія Євгенівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка.
- Кінах Ліліана Стефанівна** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри німецької філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Ковальчук Олена Петрівна** – аспірант кафедри германських мов і перекладознавства Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.
- Коляда Еліна Калениківна** – кандидат філологічних наук, професор кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

- Крапівник Ганна Олександрівна** – доктор філософських наук, доцент кафедри англійської філології Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди.
- Крисанова Тетяна Анатоліївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Кульчицька Олена Василівна** – асистент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів факультету іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка.
- Кушнерчук Світлана Миколаївна** – аспірант кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Линник Юрій Миколайович** – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Лісінська Тетяна Юріївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Луць Світлана Віталіївна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Макарук Лариса Леонідівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Павлюк Алла Борисівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Передон Наталія Олександрівна** – асистент кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Рогач Оксана Олексіївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Розенгарт Юлія Віталіївна** – аспірант кафедри прикладної лінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Семенюк Тетяна Петрівна** – старший викладач кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Скляничук Оксана Сергіївна** – магістр факультету іноземної філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Скобнікова Оксана Володимирівна** – викладач кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики Національного технічного університету “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”.
- Смалько Людмила Євгеніївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.
- Сурмач Ольга Ярославівна** – кандидат філологічних наук, доцент Центру інтенсивної мовної підготовки Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Чорній Раїса Петрівна** – кандидат філологічних наук доцент кафедра практики англійської мови та методики її викладання Тернопільського педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

Для нотаток

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

№ 7/2017

Редактор: І. Я. Мислива-Бунько
Технічний редактор: М. Б. Філіпович

Відповідальність за достовірність фактів, покликань, власних імен,
а також правильність перекладу покладено на авторів статей.

Оригінал-макет виготовлено на факультеті іноземної філології
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки (43021, м. Луцьк, просп. Волі, 13)

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 20839-10639Р від 08.05.2014 р.

Адреса редакції: 43025, м. Луцьк, просп. Волі, 13; тел./факс +38(0332)24-10-07;
телефон редколегії (0332)72-83-87; електронна адреса: vnu_red@ukr.net

Засновник і видавець – Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки.
(43025, м. Луцьк, просп. Волі, 13).

Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4513 від 28.03.2013 р.

Формат 60×84¹/₈. Папір офсетний. Гарн. Таймс. Друк цифровий.
Обсяг 20,46 ум. друк. арк., 20,1 обл.-вид. арк. Наклад 100 пр. Зам. 368.

Виготовлювач – Вежа-Друк (43021, м. Луцьк, вул. Бойка, 1).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.