

психолінгвістичний експеримент // Наукові записки. Серія: Філологія. Збірник наук. праць./К. Мізін. – Вінниця: Вінницьк. держ. пед. ун-т ім. М. Коцюбинського, 2009. – Вип. 11. – С. 271-275.; 9. Можейко М. А. Любовь // Новейший философский словарь / М.А. Можейко. Минск, 1999. С. 383–397.;10. Мягкова Е.Ю. Эмоционально- чувственный компонент психологической структуры значения слова: Монография / Е.Ю. Мягкова. – Курск : Изд-во КГУ, 2000. – 112 с.; 11. Фрумкина Р.М. "Теория среднего уровня" в современной лингвистике // ВЯ /Р.М. Фрумкина. – Волгоград, 1996. – №2. – 150 с.; 12. Шаховский В. И. Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты / В.И. Шаховский. Сб.: Языковая личность: культурные концепты. - Волгоград: Волг. гос. пед. ун-т, 1996.;13. Яхонтов С.Е. История языкознания в Китае (I тыс. до н.е. – I тыс. н.е.)/С.Е. Яхонтов // История лингвистических учений: Древний мир. –Л.:Наука, 1980. – 528 с.; 14. 汉语大辞典。上海辞书出版社。2010 年。(Великий словник китайської мови (30 000 слів). Лексикографічне видавництво Шанхая, 2010.); 15. 说文解字。许慎。复旦大学出版社。2006 年。266 页。("Тлумачення простих та пояснення складних ієрогліфів"/Етимологічний словник./Сюйшень. Шанхай: університет Фудань, 2006. – 266 с.).

Шевченко Л.І., д. філол. н., проф.,
Дергач Д.В., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

МЕДІЙНІ КОНСТАНТИ МАСОВОЇ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ: КОЛОРИСТИКА

У статті аналізується семантика колоративів у текстах мас-медіа як комунікативної сфері вербалізації масової свідомості.

Ключові слова: семантика колоративу, мовна символіка, стиль масової інформації, мовна свідомість.

В статье анализируется семантика колоративов в текстах масс-медиа как коммуникативной сфере вербализации языкового сознания.

Ключевые слова: семантика колоратива, языковая символика, стиль массовой информации, языковое сознание.

The article deals with the problem of color semantics in mass-media texts as communicative sphere through the language consciousness' verbalization.

Key words: *semantic of colorname, language symbolics, mass-media style, language consciousness.*

Проблематика актуальних досліджень колористики визначає фахові напрямки з питання, окремим сегментом якої є аналіз колористичної функціональності.

В ієрархії наукових тем, які опрацьовує сучасна філологія, колористика посідає чи не найперше місце: про вербалізацію кольору пишуть як про особливу предметну сферу (А. Вежбицька, Р. Фрумкіна, Н. Бахіліна, Г. Арнольд, В. Кульпіна), кольоропозначення аналізують в аспекті лексикологічної проблематики, стилістичних і, вужче, естетичних функцій слова (В. Москович, І. Гете, О. Кулько, С. Ларькова, О. Головіна). Врешті, словесний вимір кольору часто є структурним і дослідницьким компонентом у працях, присвячених спеціальним філологічним питанням – ономастиці (О. Суперанська, В'яч. Вс. Іванов), фразеології (О. Зубач, О. Праченко, Н. Зав'ялова), граматиці (В. Іваровська, В. Краснянський) та ін.

Широко аналізують колір також і з точки зору його екстралінгвальної мотивації, зокрема в галузі психолінгвістики (Ф. Шемякін, А. Василевич, Л. Іванов, Л. Урванцев, І. Кулікова, Т. Вендіна, І. Бреус, К. Андреева, А. Тимофеева), нейролінгвістики (М. Ніколаєнко, В. Родіонов).

Українське мовознавство уповні відбиває особливості пошукових парадигм сучасної філологічної науки. Можна говорити про історичну традицію аналізу словесної колористики, пов'язану з іменами національних філологів – Л. Ставицької, Н. Слухай, В. Калашника, О. Огуя, А. Белової, Л. Хавкіної, Л. Шулінової, О. Хом'як, А. Калетнік, Т. Козак, Н. Сукаленко, І. Бабій, О. Скляренко, Ю. Ус, Н. Сагаровської, Т. Венкель, О. Кудрі, О. Васильєвої, Л. Домилівської, А. Слухай та ін.

Потенціал словесної колористики актуалізується в першу чергу в контексті пізнавального моделювання світу як вихідних опозицій свідомості (К. Леві-Строс), визначення словесної колористики як інтегральної характеристики сучасного соціуму, його свідомості, культурного простору модерного часу, впливів на психологію і світосприймання людини екстра- й інтралінгвальних мотивацій кольоропозначень. Відповідно лінгвістичне, ширше – гуманітарне знання, корелюючись із такими підходами, окреслює власну об'єктність аналізу.

Колористичні форми, зокрема в мас-медіа, виявляються вихідними для подальшого розвитку мови, естетичної свідомості й, передусім, розуміння процесів національного мовомислення.

Мас-медіа як достатньо пізня форма функціонування мови вибудовані на комунікативних пріоритетах, які власне й зумовлюють специфіку цієї сфери суспільного спілкування. Питання мовних особливостей і функціональних характеристик названої сфери в науці розглядаються з погляду розвитку стильової парадигми як результату впливу екстра- та інтралінгвальних чинників. Екстралінгвальними (вихідними) для ЗМІ є важливі критерії, мотивовані з точки зору соціальної, політичної, культурної еволюції національного простору, що, відповідно, зумовлюють динаміку сфери масової інформації. Відтак, і дослідницька увага, враховуючи геополітичні та глобалізаційні процеси в сучасному світі, зосереджується навколо аналізу численних ресурсів масової комунікації – узагальненого постійного джерела активно поновлюваної інформації, здатного, зокрема через слово, формувати / впливати на переконання й ціннісні орієнтири людини / соціуму.

До уваги також беруться внутрішні ресурси мовних одиниць, можливість їхнього сполучення в межах чітко визначених конструкцій, синтагм, які є традиційними для мови мас-медіа. Розглядаються особливі процеси, позначені соціальною, культурною, психологічною зумовленістю, що, безсумнівно, впливають на характер статичної і динаміки стилю масової інформації.

Відповідно, мас-медіа постає як специфічна комунікативна реальність із різного типу засобами й механізмами маніпуляції масовою мовною свідомістю, що враховує комплекс потреб і запитів суспільства в конкретний період його розвитку. У такому разі, окрім типових, загальних пріоритетів еволюції світу, ЗМІ часто фіксують і ті, які визначають особливий контекст національного світосприйняття, що у випадку зі словесною колористикою реалізується в соціальній моді на колір.

Колористика, як відомо, символізована з константами національної свідомості, а отже, відповідний асоціативний ресурс кольору є сталим, відбитим як постійна атрибутивність простору, часу, почуттів, об'єктного світу (*білий* – світло, ясність, чистота та ін., *чорний* – темрява, сум, але й родючість та ін., *зелений* – життя, молодість, свіжість, спокій та ін., *синій* – простір (небесний, морський), спокій та ін., *червоний* – краса, яскравість, але й кров, агресія та ін., *жовтий* – сонце, світло, родючість, жито, стиглий хліб

та ін.): *білий сніг, жовте колосся, зелене листя, червона калина, червоне яблуко, червоний мак, синє море, блакитне небо та ін.*

У текстах мас-медіа активно вживаються й інші метафоричні конструкції, в семантиці яких переосмислюються характеристики об'єкту в аспекті їх кореляції з основними завданнями комунікації. У такому разі акцентується увага на специфіці видозміни значення: *отримати жовту / червону картку - мати жовту / червону майку лідера; зелене світло / зелена вулиця - червоне світло; світлий погляд / світла посмішка - чорна / темна душа, темна аура та ін.* Такі функціональні антонімічні пари поглиблюють природу традиційних протиставлень, закладених у семантиці колоративів *білий / чорний, світлий / темний та ін.*

Не менш репрезентативними для сфери масової інформації можна назвати й функціональні перифрази, найбільш пов'язані з вербалізацією індивідуальної свідомості, що впливає на мовну свідомість колективу. Основним показником цього процесу вважається закріпленість таких словосполучень (онімної та апелятивної природи) у різних типах масової комунікації: *Червона планета, Зелений континент, Чорний континент, Білий континент, жовта нація, блакитне паливо, чорне золото та ін.* Часто в подібних випадках використовується ширший контекст, який і визначає семантичні та функціональні характеристики кольорів, як правило пов'язані з реалізацією його емоційно-експресивного потенціалу: *білі мухи* (літають білі мухи; білі мухи в голові), *біла смерть* (у значенні або цукру, або солі), *білий як смерть, блідий як смерть* ("блідий" виступає у функції номінації кольору), *жовтий як чума, коричнева чума* (фашизм), *чорний вівторок* (атрибуція 11 вересня 2001 р. - трагічного дня в історії США), *чорний понеділок* (в англomовній традиції розмовна форма назви понеділка – першого дня після канікул) та ін.

Серед перспективних моделей семантико-синтаксичної деривації, використовуваних у ЗМІ, можна назвати і сталі в традиціях літературної мови фразеологізми: *Білий дім, сірий кардинал, чорний генерал, чорний лебідь, білий лебідь, біла ворона, білий янгол, зелені берети та ін.*

Актуальною мотивацією введення колоративів у медійний текст є знаковий для сучасного світу чинник соціальної моди на колір, який у свою чергу розширює колірну палітру сфери ЗМІ і функціонально-стилістичну парадигму окремо узятих кольорів : *червона доріжка,*

червона ікра, рожевий слон, рожеві окуляри, рожевий гламур, біло-фіолетова корова, білий лімузин, чорний бумер та ін.

У контексті мовної динаміки, варіативності в сучасній медіасфері варто говорити про розширення семантичної парадигми, зокрема кольору, як інтралінгвальну відповідь на реалії об'єктивного світу. Так, константними, концептуалізованими для масової мовної свідомості українців, що вербалізується в мас-медіа, можна з упевненістю вважати кольори-символи, зокрема, певної політичної сили: біло-блакитний (Партія регіонів), біло-червоний (Блок Юлії Тимошенко), червоний (Комуністична партія), помаранчевий (Наша Україна), малиновий (Соціалістична партія), біло-зелений (Партія зелених) та ін.

Загалом лексико-семантичний, функціональний потенціал колоративів визначає їх еволюцію, специфіку набуття ними додаткових конотацій у контексті динаміки компонентів національної культури. За спостереженнями науковців, найбільш трансформованими щодо значення у процесі розвитку мови, масової свідомості можна вважати традиційні кольори (білий, чорний, червоний, зелений, синій), що в мас-медіа набувають особливих семантичних специфікацій, мотивованих, більшою мірою, соціокультурним, а не естетичним контекстом. Серед основних оцінних компонентів семантики кольорів у літературній мові можна спостерегти тенденцію: позитивні конотації, як правило, має білий колір, негативні – чорний; як позитивні, так і негативні конотації бачимо у значенні червоного, синього, зеленого й жовтого кольорів.

Оскільки мас-медіа звернені до колективної свідомості, гра з базовими кольорами породжує варіативність результатів комунікативних ефектів, впливів на мову. Вони мають певну функціонально-стильову маркованість, звернену передусім до масової мовної свідомості, почасти – маніпуляцію нею. Для маніпулювання мовною свідомістю (а отже, й людиною) знання механізмів впливу завдяки активізації кольорового сприйняття є важливим. За умови знання структури етнічної мовної свідомості й цивілізаційного досвіду, в якому сформоване і формується суспільство, технології впливу завдяки кольору є, на наш погляд, ефективними й однаково використовуються у слов'янських ЗМІ. Зрозуміло, з урахуванням конкретної історії та культури кожного народу. Як відомо, символізація кольорів є неоднаковою, часом полярною в різних етномовних картинах світу, і завжди складно структурованою, особливо коли йдеться про базові кольори.

Увага лінгвістів до мовних репрезентацій варіативності сформулювалася як традиція описових підходів, що зосереджені на фіксації мовних явищ та їх парадигматичному представленні. У час накопичення знань про мову її рівні та ієрархію відношень між мовними одиницями названий підхід, безумовно, систематизує фахові знання та є виправданим.

Проте наступний етап дослідження мовної реальності, пов'язаний із намаганням "прочитати" онтологічну зумовленість і еволюцію мовної свідомості, виявив недостатність ідей та інструментарію описового методу, зосередженого на фактах і мовних даностях, сприйнятих лише безпосередньо. Невипадково вже у ХХ ст. формуються численні напрямки й персоніфіковані теорії, що розв'язують фундаментальну лінгвістичну проблематику в міждисциплінарних контекстах. Сугестія знання й можливості створюваних у перехрещенні міждисциплінарних підходів нових методологій дозволяють заглибитися у природу мовної рефлексії, мовної номінації, мовної функції та мовної еволюції. Антропологічний вимір філології, так часто декларований і не завжди фахово аргументований, актуалізується та культурно окреслюється в новому, концептуально сформульованому аналізі.

Повною мірою заявлена позиція стосується опозитивності, варіативності – явища, однаково важливого як для природничого, так і для гуманітарного знання. Опозитивна симетрія плюса (+) – мінуса (-), земного тяжіння – невагомості, полюсів планети, періодів доби й року, анатомічної кореляції частин тіла живих істот та ін. чи синхронії – діахронії, конкретного – абстрактного, власного імені та загальних назв та ін. – сутнісно опозитивності різного масштабу, але природа цих явищ коректно може з'ясовуватися лише в методологіях синтезу наукового знання.

Опозиція колористики в мовній свідомості сучасних соціумів спирається на ієрархічно вибудовану систему кореляцій, що є співмірною, якщо розглядати її функціонально. Передусім ідеться про сформовану історично систему семантичних, аналогових для різних мов протиставлень.

Функціональний ресурс колоративних одиниць активно реалізується передусім в динаміці їх семантики, еволюція якої має бути інтерпретована історією культури та традицій. Осмислення екстралінгвальних характеристик цього явища, зокрема колористики, використовуваної у сфері масової інформації, свідчить про домінантну функцію названого впливу на мовну свідомість нації.

1. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание / Анна Вежбицкая ; Пер. с англ. Отв. ред. М.А. Кронгауз ; Вступ. ст. Е.В. Падучевой. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с. 2. *Желязкова В.* Визначення мовних концептів кольору методом асоціативного експерименту / Вікторія Желязкова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Лінгвістика. – Херсон, 2009. – Вип. 9. – С. 300–304. 3. *Кульпина В.Г.* Лінгвістика цвета. Термины цвета в польском и русском языках / В.Г. Кульпина. – М. : Московский лицей, 2001 – 470 с. 4. *Москович В.А.* Статистика и семантика (опыт статистического анализа семантического поля) / В.А. Москович. – М. : Наука, 1969. – 304 с. 5. *Фрумкина Р.* Цвет, смысл, сходство / Р. Фрумкина. – М : Наука, 1984. 6. *Хавкіна Л.М.* Колористика в рекламі як засіб втілення рекламної концепції : функціональні варіанти // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – № 647. – Серія : Філологія. – Вип. 43. – Х. : ХНУ, 2005. – С. 404–408.

Шериньова А.В., асп.,
КНЛУ

КОГНІТИВНО-СЕМІОТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗОВТВОРЕННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ХАЙКУ

У статті розглядаються особливості образотворення в англomовному хайку – жанрі орієнтальної поетичної мініатюри, запозиченому зі східної культури, що активно розбудовується в сучасній західній поезії.

Ключові слова: хайку, метафора, іконічність, образотворення.

В статье рассматриваются особенности формирования образности в англоязычном хайку – жанре ориентальной поэтической миниатюры, заимствованном из восточной культуры и активно развивающегося в современной западной поэзии.

Ключевые слова: хайку, метафора, иконичность, формирование образности.

The article elucidates some features of image-building in English haiku – an oriental miniature genre borrowed from Eastern culture and steadily growing today in contemporary occidental poetry.

Key words: haiku, metaphor, iconicity, image-building.

Англomовний хайку – один із запозичених зі Сходу жанрів поетичної мініатюри, що активно розвивається сьогодні в західному