

характеристика основным составляющим постмодерна на уровне бытия художественного образа рекламы, воплощенного на языковом уровне.

**Ключевые слова:** постмодерн, рекламный текст, рекламная коммуникация, художественный образ, язык рекламы.

**Ivanova I. Linguistic creativity of Ukrainian-language advertising through the lens of postmodernism.**

The article is dedicated to the problem of aesthetics and post-modern artistic method to create a structure of the image in the Ukrainian-language advertising. It describes the main components of postmodern at the level of art image advertising embodied in the language level.

**Keywords:** postmodern, advertising text, advertising communication, artistic image, the language of advertising.

**Іващенко П. А.**

**Національний університет Києво-Могилянська Академія**

### **АКТУАЛЬНЕ ЧЛЕНУВАННЯ РЕЧЕННЯ У ТЕКСТАХ ДІЛОВИХ БІЗНЕС-НОВИН АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ВЕБСАЙТІВ**

Стаття спрямована на виявлення мовленнєвих властивостей стилю ділових новин у засобах масової інформації за допомогою зіставлення формального та актуального членування речень на прикладах лідів англійських та українських статей. Наведена класифікація тема-ремітичних співвідношень та подальший аналіз частоти їх вживання в обох мовах дає можливість оцінки ефективності вживання тієї чи іншої прогресії.

**Ключові слова:** тема, рема, прогресія, членування, комунікативно-функціональний аналіз, когезія.

Інформаційні жанри розрізняють за характерними властивостями мови кожного з них. В той самий час, спільною рисою для мовленнєвих жанрів у ЗМІ виступає поєднання змісту та його спрямованості на інформування. Безпрецедентно динамічна ситуація у світовій економіці, що відбувається наразі, обумовила актуальність ділових новин у світовій пресі, причому читацька аудиторія таких бізнес-повідомлень продовжує помітно зростати. Сьогодні на інтернет ресурсах новинних агентств та у онлайн-версіях знаних періодичних видань широко представлені аналітичні огляди, новинні матеріали та коментарі стосовно актуальних подій світової та національної економіки. Як наслідок, ця інформація мотивує пересічних читачів, зокрема неспеціалістів, розвивати власну ділову "грамотність", слідуючи принципу *'forewarned means forearmed'* – "попереджений значить озброєний".

Оскільки текстова публікація спирається виключно на вербальний канал сприйняття, то її ефект обумовлюється синтактичними, семантичними та прагматичними особливостями речень. Не менш важливим є й поняття "оптимального обсягу висловлення", проте, в світлі поточних подій у світовій економіці, публікації мають тенденцію до зростання в своєму середньому обсязі. Повертаючись до необхідності поєднувати зміст та інформування в текстах повідомлень ділових новин, доречно зробити посилання на комунікативно-функціональний аналіз. Принцип останнього полягає в актуальному членуванні речення.

У разі зазначеного членування відбувається розгляд двох протиставлених елементів, а саме “відомого як основи повідомлення” (“тема”) та “нового як ядра повідомлення” (“рема”) [6, с. 9-11]. Сама ідея протиставлення актуальне членування речення формальному зазначалась вже з середини XIX століття, коли у 1844 році побачила світ праця А. Вейля про порядок слів [2, с. 82]. Близько 100 років тому у статті під назвою “Про так зване актуальне членування речення”, автором якої був засновник Празького лінгвістичного гуртка В. Матезіус, була сформульована ідея визначення відносин між обома засобами членування. Революційність його концепції, яка була на той час новим поштовхом у дослідженні значущості компонентів мовлення, полягала у започаткуванні комунікативного аспекту вивчення речення як такого – адже В. Матезіус довів, що явище, яке до того звикли сприймати суто як психологічне, має насправді мовленнєву природу [3, с. 26].

Стаття ставить мету насамперед визначити та описати терміни, що відповідають різним видам прогресій. Також в задачі входить зіставлення прикладів практичного застосування зазначених прогресій на базі повідомлень англомовних та україномовних ділових новин, із урахуванням їх відсоткової частотності. За джерела матеріалу взято англомовні інтернет портали *Reuters*, *BBC /CNN Business News*, *Economist*, *Businessweek*, та *USA Today*, україномовні *Дзеркало тижня*, *Українська правда*, *День*, *Кореспондент*, *УНІАН*, *UBC* та *UBR*.

Дослідниками комунікативно-функціонального аналізу були виведені три базові ознаки для кожного з явищ. Так, темі притаманне 1) виступати вихідним пунктом висловлення, 2) бути менш значущою, ніж рема, 3) виступати носієм “даного”, спираючись на попередній контекст. В свою чергу, рема є носієм таких ознак як 1) містити повідомлення про тему, 2) бути комунікативним центром висловлення (а отже, актуально більш значущою та темою), нарешті, 3) виступати в якості носія “нового” [1, с. 52]. Найбільший внесок у розвиток концепції зробив інший чеський мовознавець Ф. Данеш, на класифікацію якого зроблено особливий наголос.

Формальне членування речення допомагає лише розкласти його на формальні граматичні одиниці (підмет, присудок, додаток); актуальне ж членування надає можливість включити речення до контексту. Переважно в реченнєвій структурі текстів ділових новин в обох мовах тема передує ремі, прикладом чого може бути два наведені нижче заголовки:

Merkel coalition partner warns against euro weakening. /Reuters, 9 March 2013, <http://www.reuters.com/article/2013/03/09/us-germany-fdp-euro-idUSBRE9280AT20130309/>.

В даному заголовку, зокрема, передбачається вихідний пункт ‘*Merkel coalition partner*’, він є темою у реченні, тобто, компонентом, про який щось відомо. Натомість, ядром чи ремою, виступає частина ‘euro weakening’. Щодо звичного нам присудку (‘warns’), він виступає як супутній вираз для поєднання теми з ремою, будучи пов’язаними з обома компонентами і граматичною функцією, і значенням.

Ірина Князева: “Конкуренція на кредитному ринку посилиться”. /*Дзеркало тижня*, рубрика “фінанси” від 8 лютого 2013, <http://gazeta.dt.ua/finances/irina-knyazyeva-konkurenciya-na-kreditnomu-rinku-posilitsya.html/>.

Цей україномовний заголовок містить в якості вихідного пункту комплексний підмет (“Конкуренція на кредитному ринку”), тоді як присудок (“посилиться”) вочевидь виконує функцію реми.

Посилаючись на запропоновану В. Матезіусом концепцію, розгортання речення можливе двома шляхами – об’єктивним (від теми до реми) та суб’єктивним (від реми до теми). Хоча значну перевагу у частотному вживанні має саме перший спосіб, це не виключає можливість застосування другого, що доводить наступні два заголовки:

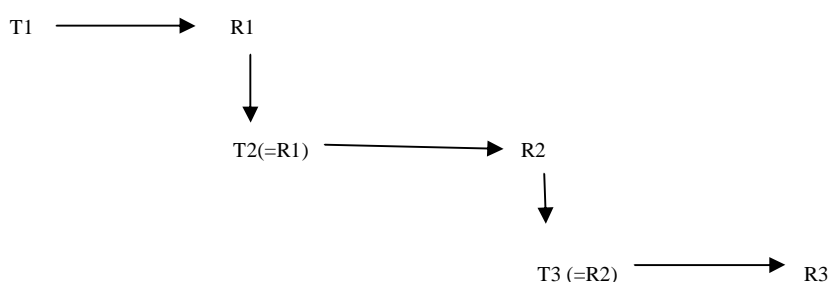
All but one major U.S. bank pass Fed's stress test /Reuters – Business – March 7, 2013.  
<http://www.reuters.com/article/2013/03/07/us-usa-banks-stresstests-idUSBRE9261AZ20130307/>.

Є безконтакт! /Дзеркало тижня, рубрика “фінанси” від 2 листопада 2012.  
[http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/e\\_bezkontakt.html/](http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/e_bezkontakt.html/).

У цих двох прикладах рема знаходиться на початку і здобуває логічний наголос, в той час як вже відомий у вигляді теми компонент міститься в кінці. Регулярний аналіз ділових повідомлень інтернет новин виявляє, що рема виступає на першому місці не більше ніж у 20% прикладів.

Проводячи зіставлення англійської та чеської (тобто, слов’янської мови, носієм якої він був), В. Матезіус виявив набагато більшу значимість пасивних конструкцій для англійської, порівняно із чеською, для актуального членування. Ним же було визначене явище, яке Ф. Данеш згодом опише як тематичні прогресії. Саме Ф. Данеш виділив сталі типи тематичної прогресії, до яких включив: 1) просту лінійну (або прогресію із послідовною тематизацією), 2) прогресію із наскрізною темою, 3) прогресію із похідними темами, 4) прогресію із розщепленою темою та нарешті 5) прогресію з тематичним стрибком [1, с. 39]. Хоча у чистому вигляді вищезгадані прогресії зустрічаються рідко (тобто, більше імовірності зустріти різноманітні комбінації цих типів), це не виключає можливість відстежити застосування того чи іншого типу в текстах ділових новин.

1. Проста лінійна прогресія є найбільш розповсюдженою (зокрема, більше 40% публікацій обома мовами) та їй притаманне послідовне розгортання інформації, при цьому рема попереднього речення стає темою у наступному. Такий послідовний зв’язок можна зобразити східчастою схемою:



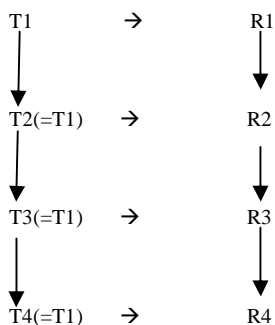
Нижче наведений приклад ілюструє цей спосіб (усі приклади взято з лідів статей, або з перших, найзмістовніших, абзаців):

Apple Inc. moved a step closer to accessing 33 million potential iPhone customers in China, as regulators approved specifications for a device that would run on the network of China Telecom Corp. The China Radio Management Office granted Apple’s application for a handset that operates on the CDMA2000 network standard. The wireless standard is the third-generation network technology used by China Telecom. /Businessweek, January

11, 2012 – <http://www.businessweek.com/news/2012-01-11/apple-moves-closer-to-offering-iphone-for-china-telecom.html/>.

Ризики знецінення гривні *зростають*. *Про це* в інтерв'ю Weekly.UA сказав экс-міністр фінансів *Віктор Пинзеник*. Він вважає, що причиною девальвації може стати збільшення сукупного зовнішнього *боргу* України і зменшення валютних резервів. “*Борг* на сьогодні досяг *\$123,4 млрд*. З *цієї суми* \$53 млрд необхідно погасити у наступні 12 місяців. <http://www.pravda.com.ua/inozmi/deutsche-welle/2012/07/11/6968607/>

## 2. Прогресія із наскрізною темою схематично зображується вертикально:

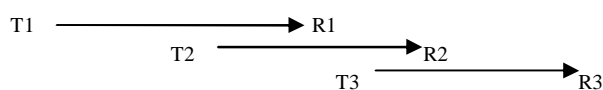


Притаманна більш об'ємним та докладним публікаціям (за проведеним аналізом, такі складають 30-33% україномовної преси та трохи вищий відсоток, а саме близько 40% у англomовній); її відрізняє наявність однієї теми, що відтворюється в усіх реченнях тексту. Наприклад:

*Home prices* fell in January for a fifth straight month in most major U.S. cities, as modest sales increases have yet to boost prices. The Standard & Poor's/Case-Shiller *home-price* index released Tuesday showed that *prices* dropped in January from December in 16 of 19 cities tracked. The steepest *price* declines were in San Francisco, Atlanta and Portland. *Prices* increased in Miami, Phoenix and Washington. *Price* information for Charlotte was delayed and therefore not included in the report. /TIME Magazine, Business – March 27, 2012, <http://business.time.com/2012/03/27/home-prices-fell-in-january-in-most-us-cities//>.

Прем'єр-міністр РФ *Володимир Путін* доручив “Газпрому” якнайшвидше продовжити переговори з українською стороною про створення газотранспортного консорціуму. “Газотранспортна система України, безумовно, буде затребувана”, – сказав *В. Путін* у ході зустрічі з головою “Газпрому” Олексієм Міллером. *Він* попросив якнайшвидше продовжити переговори з українською стороною про створення газотранспортного консорціуму. “Прошу ці переговори продовжити виходячи з того, що Україна була, є і буде нашим стратегічним партнером”, – сказав *В. Путін*, додавши, що затребуваність української ГТС збільшиться у зв'язку зі зростанням потреб у газі європейських споживачів, деякі з яких ухвалили рішення відмовитися від атомної енергетики. /<http://www.unian.net/ukr/news/news-477442.html/>.

3. У випадку прогресії із похідними темами, речення не містять у своєму складі послідовної чи наскрізної тематизації. При цьому кожне з речень все ж висловлює загальну спрямованість тексту. Оскільки тема щоразу є новою, а отже, сходинки не з'єднано вертикально:



В текстах такого типу (у сучасній економічній пресі це характерна ознака коротких заміток, що складають не більше 20% в обох мовах), за визначенням Данеша, *зіпєртема сформульована експліцитним чином*:

Teams in large organizations can easily get tangled in bureaucracy. It takes a long time to execute on projects when waiting for approvals and gathering resources. But, you can get around this by helping your team members think and act like entrepreneurs. Try doing the following: experiment, broadcast results and manage it closely. /TIME Harvard Business review, March 27, 2012 – <http://business.time.com/2012/03/27/get-your-team-thinking-like-entrepreneurs/> – в даному випадку гіпертемою виступає сама ідея підприємництва.

Президент США Барак Обама створив новий державний орган за наглядом у міжнародній торгівлі. Серед його задач - дослідження та припинення нечесної діяльності торгових партнерів Америки, повідомляє Ройтерз. Такий крок Обама спричинений занепокоєнням всередині країни, що нечесні дії, особливо Китаю, шкодять американському бізнесу. – <http://palm.newsru.ua/allnews/06feb2013.html> // -- гіпертемою є захист США власної торгівлі.

4. Прогресія з розщепленою темою передбачає наявність подвійної реми, яка в свою чергу розпадається на дві теми. В текстах ділових новин має досить обмежене розповсюдження (насамперед через те, що притаманна більш вузькоспеціальним публікаціям, 10% для англомовного матеріалу та 15% для україномовного з усього обсягу інформації), здебільшого застосовується частково.

As you can imagine, the people out in *Asia* are feeling pretty good about themselves these days compared to *US or Europe*. And why shouldn't they? While the *U.S. and Europe* struggle with debt, unemployment and sagging competitiveness, most of *Asia* seems to jump from strength to strength, its economies powering through the downturn with apparent ease, its companies becoming more and more prominent on the world stage. So it's no wonder that many *Asians* have come to believe that their economic systems are superior to those of the *U.S. and Europe* – and that policymakers in Washington, London and Berlin should finally sit up and pay attention. /TIME Business, March 25, 2012 -- <http://business.time.com/2012/03/25/can-asian-style-capitalism-save-the-west/?iid=biz-main-feature/>.

Найбільших мобільних операторів “*Київстар*” і *МТС* підозрюють у завищенні тарифів на міжнародний роумінг. Про це заявляють в Антимонопольному комітеті. Відповідне розслідування АМКУ розпочав наприкінці січня. Минулого тижня *оператори* отримали запити щодо надання інформації про собівартість послуг. У *самих компаніях* спростовують звинувачення, аргументуючи тим, що з одного боку - послуги за кордоном надають не вони, а з іншого - ринок роумінгу не є монопольним і *оператори* можуть самі визначати тарифи. /*UBC*, рубрика “*гарячі новини*” від 24 лютого 2012, <http://www.ubc.kiev.ua/the-news/politic/15415---lr---/>.

5. Нарешті, прогресія із тематичним стрибком, де допускається розрив самого тема-рема-тичного ланцюжка (втім, останній нескладно поновити з контексту). Слід зазначити більше розповсюдження даного явища в україномовних публікаціях, зокрема цю рису було виявлено у 25% статей, в той час як англомовна преса надає явну перевагу першим трьом видам прогресій, тематичні стрибки можна знайти приблизно у 15% проаналізованого матеріалу.

Thanks to Bloomberg News, you can add billionaires' net worth to the list of statistics you can look up day to day. Bloomberg News launched its Bloomberg Billionaires Index yesterday, a daily ranking of the world's 20 wealthiest people. The list will be updated daily based on “market and economic changes and Bloomberg News reporting.” It will also include a yearly and daily accounting of how much these tycoons' holdings have fluctuated. /TIME Business, March 6, 2012 – <http://business.time.com/2012/03/06/bloomberg-news-launches-daily-rankings-of-the-globes-richest/>.

Французький автоконцерн Peugeot веде переговори з General Motors про відкриття спільного підприємства в Європі. Якщо домовленостей вдасться досягти, два бренди почнуть спільне виробництво. Частина використовуватимуться для збору машин обох марок. Проте про злиття компаній або обмін пакетами акцій не йдеться - повідомляють джерела Financial Times. /*UBC*, рубрика “*гарячі новини*” від 22 лютого 2012, – <http://www.ubc.kiev.ua/the-news/politic/15404-peugeot-----general-motors/>.

Тема-рематична теорія набула широкого розвитку, на неї в свій час звертали увагу багато визначних авторів в галузі лінгвістики, (Крушельницька 1956, Мартем'янов 1961, Firbas 1966, Dahl O. 1969, Лаптева 1972, Dahl O. 1974, Ковтунова 1976, Абизова 1977, Євсюков 1978, Золотова 1979, Ковтунова 1979, Шевякова 1980, Слюсарева 1986, Апресян 1988, Арутюнова 2007). Як вже зазначалося, у чистому вигляді ці види прогресій зустрічаються рідко. Проте, саме їх вдала комбінація здатна забезпечувати когезію новинного текстового повідомлення в обох мовах. Застосування такого комунікативно-функціонального аналізу у контрактивному дослідженні видається можливим оскільки, з одного боку, існування теми і реми в рамках речення є універсальною мовленнєвою ознакою англійської та української мов, а з іншого – тема-рематичний поділ є специфічним для кожної з вказаних мов, оскільки спирається на конкретні мовленнєві особливості кожної з них.

Під час укладання статті було проаналізовано у рівній пропорції 500 інтернет публікацій, датованих 2012 та 2013 роками – 250 англомовних та ще 250 – україномовних.

#### *Л і т е р а т у р а :*

1. Данеш Ф., Гаузенблас К. К семантике основных синтаксических формаций. – М. : Наука, 1974.
2. Даниленко В. П. У истоков учения об актуальном членении предложения (период до Анри Вейля) // Филологические науки. – 1990. – № 5. – С. 82-89.
3. Матезиус В. Избранные труды по языкознанию. – М., 2003.
4. Падучева Е. В. Высказывание и его соотносительность с действительностью. – М., 1985.
5. Почетцов Г. Г. и др. Теоретическая грамматика современного английского языка. – М., 1981.
6. Реуцький М. В., Ковальчук М. С. Ремотвірний потенціал дієслова. – К., 2002.
7. Слюсарева Н. А. Категориальная основа тема-рематической организации предложения // Вопросы языкознания. – 1986. – № 4.
8. Слюсарева Н. А. Проблемы функционального синтаксиса. – М., 1981.
9. Шевякова В. Е. Современный английский язык. Порядок слов, актуальное членение, интонация. – М., 1980.

#### *І н т е р н е т д ж е р е л а :*

1. <http://www.bbc.co.uk/news/business/>
2. <http://www.cnn.com/>
3. <http://www.bbc.co.uk/news/http://global.nytimes.com/?iht>
4. <http://www.usatoday.com/>
5. <http://project.ukrinform.ua/>
6. <http://ua.korrespondent.net/>
7. <http://ubr.ua/>
8. <http://www.day.kiev.ua/uk>
9. <http://www.pravda.com.ua/>

**Иващенко П. А. Актуальное членение предложения в текстах деловых бизнес-новостей англоязычных и украиноязычных вебсайтов.**

Статья ставит задачу выявить языковые особенности стиля деловых новостей в средствах массовой информации при помощи сопоставления формального и актуального членения предложений в лидах англоязычных и украиноязычных статей. Приведенная классификация тема-рематических

соотношений и дальнейший анализ частоты их употребления дает возможность оценить эффективность употребления той или иной прогрессии.

**Ключевые слова:** тема, рема, прогрессия, членение, коммуникативно-функциональный анализ, когезия.

**Ivaschenko P. A. Actual division of sentences in mass media discourse (exemplified by English and Ukrainian Internet business news).**

The article deals closely with those discourse features which are typical of business news style by means of comparing and contrasting the two ways of sentence division, namely formal and actual, with focus on the latter. The analysis was made on recent publications borrowed from both English and Ukrainian Internet sources.

**Keywords:** theme, rheme, progression, division, communicative-functional analysis, cohesion.

**Капніна Г. І.**

**Донбаський державний педагогічний університет**

## **ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ**

У статті проаналізовано особливості вживання колоронімів у фразеологізмах німецької мови. Розглянуто, у якій мірі застосування кольороназви відображається на стилістичній інтенсивності фразеологічної одиниці. Визначено, яким чином усталені одиниці з колористичним компонентом перекладаються з німецької на українську мову.

**Ключові слова:** колоронім, кольороназва, колористичний компонент, фразеологічна одиниця.

В останні роки кольороназви стали об'єктом досліджень не тільки психології, психолінгвістики, а й літературознавства, лінгвоетики, етнолінгвістики та лінгвокультурології. Цей факт не викликає здивування, адже в рамках названих вище дисциплін встановлюється, як за допомогою кольору предметам і об'єктам надаються додаткові характеристики, в наслідок чого зображувані образи стають більш чіткими й емоційними.

Природньо, що реакція на ті чи інші кольори в різних культурах є не однаковою. Так, зелений колір у США позначає безпеку, а у Франції – злочин; білий колір у Китаї – символ трауру, печалі, тоді як у європейців подібні функції виконує чорна фарба [6, с. 105]. Ці традиції склалися сторіччями, тому сьогодні за допомогою кольору передаються не тільки психоемоційні риси людини, а й різні соціальні та культурні явища, тобто, він є ментальним за своєю природою.

Оскільки в художній літературі колороніми носять, передусім, не інформативний, а образоутворюючий характер, видається цікавим, у якій мірі вони доповнюють різноманітні усталені вирази, адже стилістична характеристика фразеологізмів також базується на їх експресивному заряді та на їх виражальних властивостях (експресивний фактор є інгредієнтом значення фразеологізму і співвідноситься з предметно-логічним інгредієнтом) [2, с. 147]. Отже, мета даного дослідження – проаналізувати особливості вживання колоронімів у фразеологізмах в німецькій мові.

Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що вказана проблема знайшла певне відображення у дослідженнях вітчизняних науковців. Проблема