

Також лексеми з негативною семантикою можуть доповнюватись інтенсифікаторами на зразок продемонстрованих *still, more* і, таким чином, емоційно-оціночний компонент змісту реклами посилюється.

Таким чином, можна дійти **висновку**, що в текстах політичної реклами використовуються лексичні одиниці (позитивні або негативні), які мають конкретний та високоемоційний оціночний зміст в умовах політичних виборів.

Так, як в основі створення політичних рекламних текстів лежать дві тенденції: 1) компресія, лаконічність та виразність, 2) ємкість інформації, то в **перспективі** варто детально дослідити експресивний і аргументативний потенціал поліграфічної реклами та передвиборчих виступів політиків як форми політичної реклами.

Література

Гордеева О.И. Политический имидж в избирательной кампании / О.И. Гордеева // Технология и организация избирательных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. – М., 1993. – С. 158. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама / Учебн. Пособие для студентов вузов / Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с. Діденко М.О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. “Германські мови” / М.О. Діденко. – Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова, 2001. – 19 с. Дорожжина Т.Н. Речевой имидж политического лидера / Т.Н. Дорожжина // Социс. – 1997. – № 8. – С. 30-36. Комаровский В. С. Государственная Служба и средства массовой информации (Курс лекций) / В.С. Комаровский – Воронеж: Издательство Воронежского Государственного Университета, 2003. – 114 с. Кулеба О.В. Процес формування позитивного іміджу політичного лідера [Електронний ресурс] / О.В. Кулеба // Електронне фахове видання “Державне управління: удосконалення та розвиток”, 2010. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/index.php>. Лисовский С.Ф. Политическая реклама / С.Ф. Лисовский. – М.: ИВУ Маркетинг”, 2000. – 256 с. Паращук В.Ю. Основы теории мовної комунікації: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.Ю. Паращук, О.А. Семенюк. – К.: Ін Юре, 2009. – 276 с. Пономарева О.А. Вербализация политического имиджа в российских и американских средствах массовой информации: автореф. дис. на получение научной степени канд. філол. наук: спец. 10.02.19. “Теория языка” / О.А. Пономарева. – Волгоград: Волгоградский государственный педагогический университет, 2008. – 13 с. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараона до президента. / Г.Г. Почепцов. – К.: Адеф-Украина, 1997. – 328 с. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 559 с. Старуш М.И. “Философский камешек” рекламного творчества. / М.И. Старуш, В.В. Учёнова. – М., 1997. – 106 с. Старых Н.В. Специфика образности в публицистическом и рекламном типах текстов: дисс. ... канд. філол. наук: спец. 10.01.10 “Теория языка” / Н.В. Старых. – М., 1993. – 145 с. Шейгал Е. И. Власть как концепт и категория дискурса [Електронний ресурс] / Е.И. Шейгал, 2004. – Режим доступу: <http://www.gumer.infod bibliotek Buks/Polit/Article/scheig.vlast.php>.

КУКОВСЬКА В.І.

(Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича)

ДОСЛІДЖЕННЯ СЕМАНТИЧНИХ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФІТОМЕТАФОР У ПАРЕМІЙНИХ ОДИНИЦЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглядаються паремійні одиниці англійської мови з фітонімічним компонентом і досліджуються їх антропоцентричні ознаки та переносно-образні значення, а також встановлюється належність фітоморфем до певних частин мови, їх семантичні та функціональні особливості у англійських прислів'ях та приказках.

Ключові слова: *фітоніми, фітометафори, англійські паремії.*

Куковская В. И. Исследование семантических и функциональных особенностей фитометафор в паремийных единицах английского языка. В статье рассматриваются паремийные единицы английского языка с фитонимическим компонентом, исследуются их антропоцентрические и переносно-образные значения, а также устанавливается принадлежность фитоморфем к определенным частям речи, их семантические и функциональные особенности в английских поговорках.

Ключевые слова: *фитонимы, фитометафоры, английские паремии.*

Kukovska V. I. Investigation of semantic and functional peculiarities of phytometaphors in English paremii. The article is focused on English paremii with phytonymic component. Their anthropocentric characteristics and figurative senses are investigated as well as the appurtenance of phytomorphisms to the certain parts of speech. Semantic and functional peculiarities of phytomorphisms in English proverbs and sayings are determined.

Key words: *phytonyms, phytometaphor, English paremii.*

Образи рослин є складовою національної картини світу, відображеної в мові, фольклорі, літературі, у повсякденному житті. Численні найменування рослинного світу відіграють особливу

роль у процесі пізнання, а сприйняття природи у кожного народу має як загальнолюдські, так і національні відтінки. Фітоніми, позначаючи існуючу реальність, є також важливими лінгвістичними елементами світогляду як вищого духовного рівня уявного світу [інтернет-ресурс, с. 1].

У сучасній мовознавчій науці лінгвісти приділяють значну увагу питанню семантики фітонімів. Дослідження цієї проблеми описано у чисельних роботах науковців. Учені розглядають назви рослин на предмет міфологічного та метафоричного світобачення (К.Браун, Л.Дяченко, В.Жайворонюк, Л.Почепцова); досліджують фразеологізми із компонентом фітонімом через їх етнокультурний зміст (Н.Петрова, О.Куцик); вивчають їх символічні конотації, які відображають національну картину світу (М.Маковський, С.Стерлінгов, А.Разан, О.Потапенко, Т.Зайковська, Л.Белехова) [інтернет-ресурс, с. 1]. У деяких етнографічних джерелах символічні значення фітонімів розглядаються у контексті символіки рослин (Ш.Піклз, С.Каннінгем, Е.Лерер та інші) [Подольян 2000, с. 1].

Також мовознавці вивчають проблему метафоричної номінації. Яскравим прикладом такої номінації є фітоморфна метафора, яка яскраво репрезентує життєвий досвід людини та її тонкі, індивідуальні спостереження за навколишнім світом.

Мета нашого дослідження полягає у аналізі семантичних та функціональних особливостей фітометафор у паремійних одиницях англійської мови. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: виявити та класифікувати антропоцентричні ознаки фітонімів та їх переносно-образні значення; визначити фітоморфеми, які відображають певні частини мови.

Об'єктом дослідження виступають назви рослин у прислів'ях і приказках. **Предметом** дослідження є функціонування фітонімів у англійській пареміології

У ході нашого дослідження було опрацьовано 1000 комунікативних фразеологічних одиниць [Баранцев 1973] та виявлено, що з них тільки у 50 прислів'ях та приказках був присутній фітонімічний компонент. Всі досліджувані паремії були класифіковані за наступними ознаками:

◇ за фітонімічним компонентом (вживання назв рослин по відношенню до людей);

◇ за лексико-морфологічною структурою паремій (еквівалентність значення паремії певній частині мови): Згідно такого твердження, прислів'я і приказки можна поділити на ті, які за значенням еквівалентні дієслову, і на ті, які за значенням еквівалентні іменнику;

Аналіз проведених досліджень показав, що найбільш вживаними фітометафоричними компонентами є назви дерев та кущів, які складають 44% від загальної кількості паремій із фітонімами. Ці дані графічно зображені на рис.1.

У якості прикладів наведено наступні паремії:

—As the tree falls, so shall it lie. – Куди дерево хилилося, туди й повалилося.

—As the tree, so the fruit. – Яке дерево, такий і плід.

—The highest tree has the greatest fall. – Хто дуже високо літає, той низько падає.

—To beat about the bush. – Говорити недомовками.

Наступними за чисельністю виявилися фітометафори, виражені назвами фруктів – 16% (рис.1).

Прикладами можуть слугувати такі прислів'я:

—A black plump is as sweet as white. – Одного поля ягода.

—Forbidden fruit is sweet. – Заборонений плід солодкий.

—He that would eat the fruit must climb the tree. – Любиш кататися, люби і саночки возити.

—The apples on the other side of the wall are the sweetest. – Заборонений плід – солодкий.

Фітоніми, виражені назвами диких рослин складають 12% від загального обсягу досліджуваних комунікативних фразеологічних одиниць (рис.1):

—A man of words and not of deeds is like a garden full of weeds. – Людина слів, а не справ схожа на сад зарослий бур'янами.

—A rolling stone gathers no moss. – Кому на місці не сидиться, той добра не наживе.

—Good words without deeds are rushes and reeds. – На словах і так і сяк, а на ділі – ніяк.

—He that goes barefoot must not plant thorns. – Той, хто ходить босим, не повинен садити осот.

Прислів'я та приказки з назвами плодів дерев та овочів і зернових культур складають по 10 % кожна від загальної кількості паремій з фітонімами (рис.1):

—A hard nut to crack. – Горішок не по зубах.

—Fine words butter no parsnips. – Розмовою ситий не будеш.

—He who would eat the nut must first crack the shell. – Не розгризеш шкаралупу не з'їси горіха.

—To pull the chestnuts out of the fire for somebody. – Чужими руками жар загрібати.

Паремії з фітометафоричними компонентами, які зображені назвами квітів складають найменший обсяг від кількості досліджених паремій – 8% (рис.1):

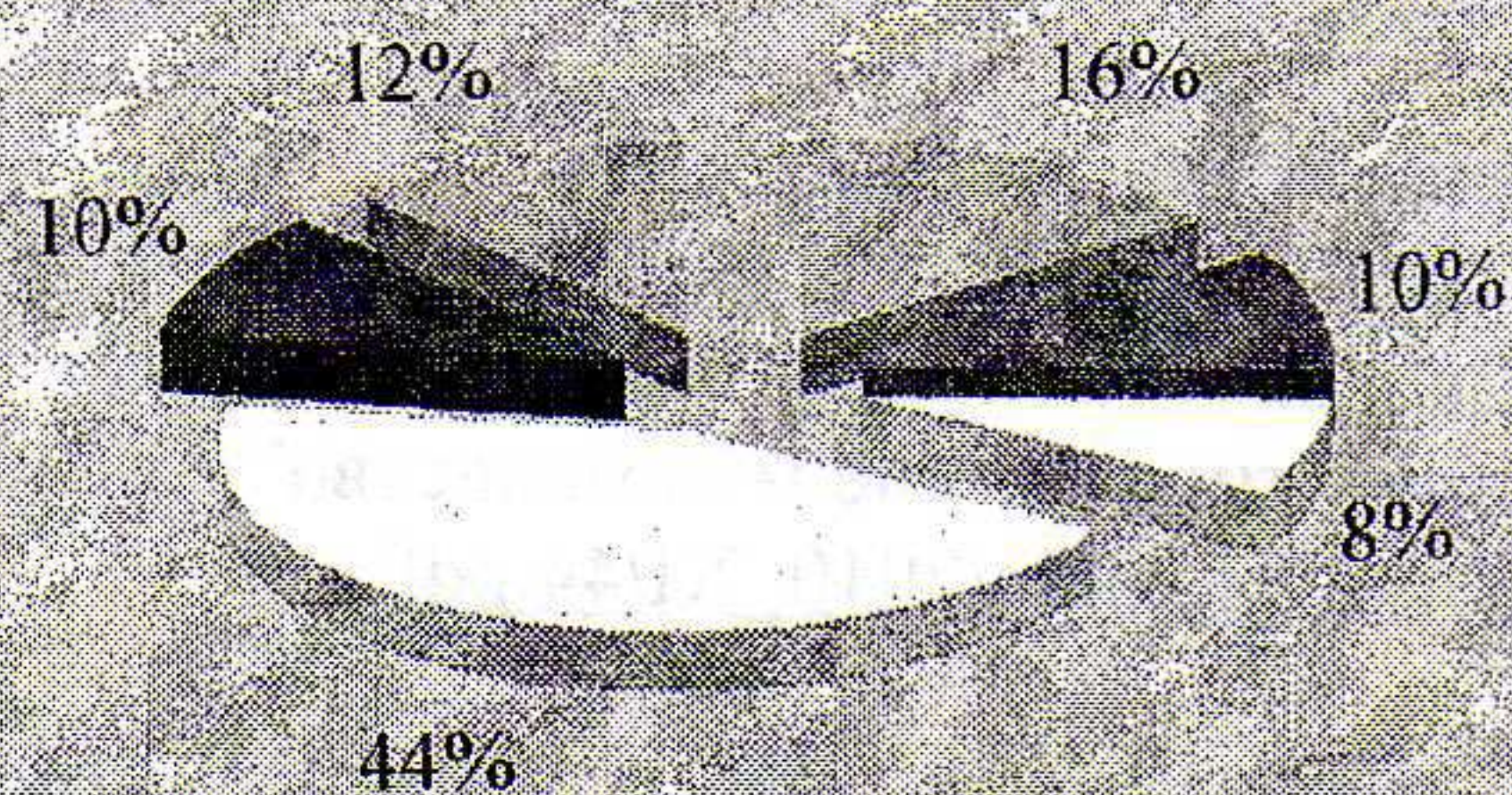
—As welcome as flowers in May. — Такий же бажаний, як квіти в травні (тобто довгожданий, бажаний, вельми до речі).

—Gather your rosebuds while you may. — Куй залізо, поки гаряче.

—Life is not a bed of roses. — Життя прожити — не поле перейти.

—There is no rose without a thorn. — Немає троянд без колючок.

Комунікативні фразеологічні одиниці з фітометафоричним компонентом



- фрукти
- овочі та зернові культури
- квіти
- дерева та кущі
- плоди дерев
- дикі рослини

рис.1

У ході роботи було виявлено, що деякі паремії із назвами рослин за своїм значенням відповідають певним частинам мови. Такі комунікативні фразеологічні одиниці складають 18% від загального обсягу досліджуваних паремій. Прислів'я та приказки за лексико-морфологічною структурою розподілилися наступним чином: паремії, за лексико-морфологічною структурою, еквівалентні іменнику представлені 5 пареміями (10%) (рис.2):

— A hard nut to crack. — Горішок не по зубах.

— As like as an apple to an oyster. — Схоже, як цвях на панахиду.

— As like as two peas. — Як дві краплі води.

— As the tree, so the fruit. — Яке дерево, такий і плід. довгожданий, бажаний, вельми до речі).

Паремії, за лексико-морфологічною структурою, еквівалентні дієслову представлені 4 прислів'ями — 9% (рис.2):

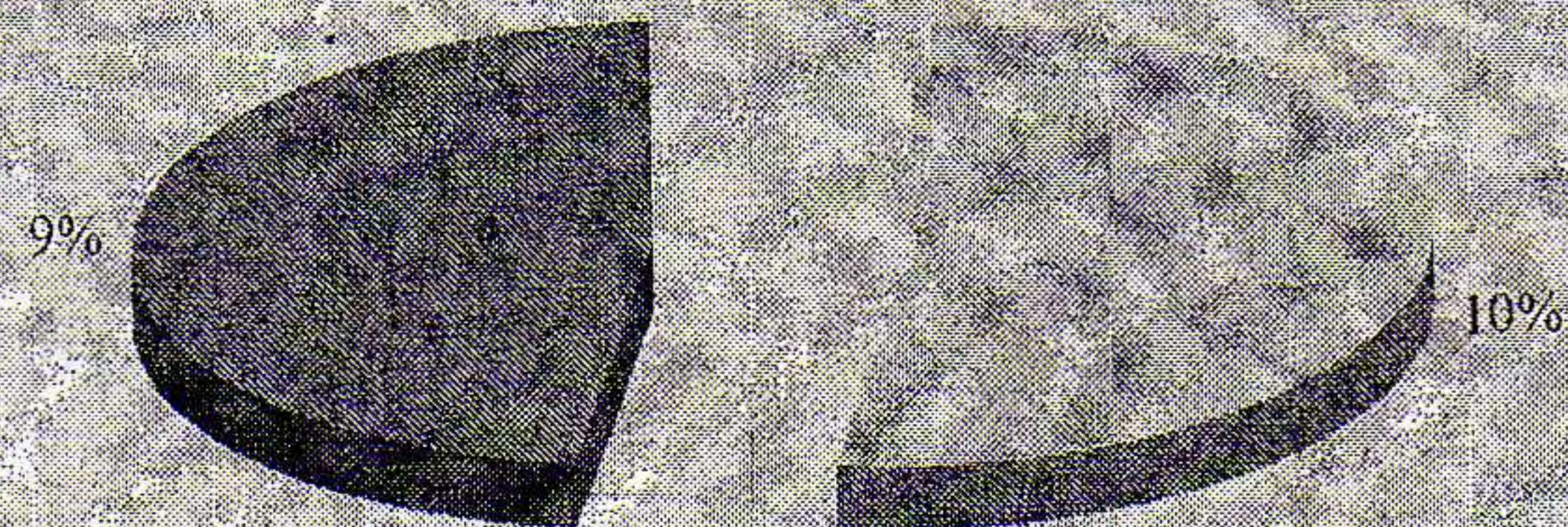
— To beat about the bush. — Говорити недомовками.

— To use a steam-hammer to crack nuts. — Стріляти з гармати по горобцях.

— To pull the chestnuts out of the fire for somebody. — Чужими руками жар загірбати.

— To bring grist to somebody's mill. — Лити воду на чужий млинок.

Лексико-морфологічна структура комунікативних фразеологічних одиниць



- комунікативні фразеологічні одиниці, еквівалентні іменнику
- комунікативні фразеологічні одиниці, еквівалентні дієслову

рис.2

Висновки. Паремійні одиниці з фітоморфним компонентом використовуються, в основному, для образної характеристики людини та мають переважно повчальний характер.

Найбільша кількість фітометафор в англійських пареміях припадає на фітоніми, які виражають назви дерев та кущів (44%).

Для комунікативних фразеологічних одиниць з фітонімами більш характерним є лексико-морфологічна еквівалентність іменнику, ніж іншим частинам мови (10%).

Функціональні характеристики фітонімів та контексти їх вживання свідчать про те, що вказані найменування є важливими мовними елементами створення картини світу. У цій картині фітоніми, як правило, виконують роль еталонів зовнішніх та внутрішніх якостей людини.

Перспективи подальших досліджень полягають у виокремленні та вивченні інших семантичних особливостей фітометафор у англійських пареміях та здійсненні порівняльного аналізу англійських та українських прислів'їв та приказок із зооморфними та фітоморфними компонентами.

Література

Баранцев К.Т. Англійські прислів'я та приказки / Баранцев К.Т. – К.: Радянська школа, 1973. – 176 с. Подолян І.Е. Національна специфіка семантики фітонімів в українській, англійській та німецькій мовах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.20.17 „Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство” / І.Е. Подолян. – К., 2000. – 20 с. Див. інтернет сторінку: http://www/nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvkhdu/2010_XI/44.pdf

ЛАЗЕБНА Н.В.

(Запорізький національний університет)

БЕЗПОСЕРЕДНІЙ АНТРОПНИЙ ФАКТОР ЯК ЗАСІБ ДЕТЕРМІНАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ MIXED REALITY

В статті розглядається утворення нових комп'ютерних термінолексем під впливом безпосереднього антропоного фактору, які детермінують представників соціосуб'єктного класу MIXED REALITY. Розглядаються морфологічні, семантичні та когнітивні механізми утворення одиниць групи термінолексем MIXED REALITY.

Ключові слова: безпосередній антропоний фактор, афіксація, імпліцитно/експліцитно виражена образність.

Лазебная Н.В. Непосредственный антропный фактор как способ детерминации субъектов MIXED REALITY

В статье рассматривается образование новых компьютерных терминолексем под влиянием непосредственного антропоного фактора, которые детерминируют представителей социосуб'єктного класса MIXED REALITY. Рассматриваются морфологические, семантические и когнитивные механизмы образования единиц группы терминолексем MIXED REALITY.

Ключевые слова: непосредственный антропный фактор, аффиксация, импліцитно/експліцитно выраженная образность.

Lazebnaya N.V. Direct Anthropical Factor as a Means of MIXED REALITY Subjects Determination

The article deals with new termlexics creation. Influenced by direct anthropical factor, subjects of MIXED REALITY are defined. Morphological, semantic and cognitive mechanisms of MIXED REALITY termlexics units creation are considered.

Key words: direct anthropical factor, affixation, implicit/explicit imagery.

Джерела збагачення сучасної англомовної термінолексики вражають своєю різноманітністю та продуктивністю. Недивно, що сучасні вчені, такі як (Frankel, A., Heim, M., Hillis, B., Зацний Ю.А., Махачашвілі Р.К., Таценко Н.В., Тищенко О.Б., Нікуліна І.Н., Нестеров В.Н. та ін.) зацікавлені дослідженням механізмів збагачення комп'ютерної термінології.

Актуальність цієї статті визначається дослідженням механізмів збагачення англомовної комп'ютерної термінолексики. **Метою** дослідження є характеристика механізмів утворення нової англомовної комп'ютерної термінолексики антропоної сфери. **Предметом** дослідження цієї статті є тексти комп'ютерної тематики, Інтернет публікації та інший лексичний он-лайн контент. **Об'єктом** дослідження є англомовні комп'ютерні термінолексеми.

Науковою новизною дослідження є визначення безпосереднього антропоного фактору як першочергового при утворенні англомовної комп'ютерної термінолексики антропоної сфери, а саме для детермінації суб'єктів MIXED REALITY.

З огляду на широку розповсюдженість комп'ютерних технологій та мережі Інтернет, можна стверджувати про формацію антропоного прошарку між реальним та віртуальним світами. У так званій MIXED REALITY відображається устрій цього світу: