

between the semantic structure colour names, the properties of natural color signals and images in the mind and methods of language encoding extra-linguistic information into a meaningful structure colour terms by analyzing the origin and development of the semantic reference values - synonymous row of light shades blue.

Key words: colour, colour names, koloristics system, color space, semantic structure.

Алла Стадній
(Вінниця)

УДК 811.161.2'367.625

ДІЕСЛІВНА КОНОТАЦІЯ ЯК НАСЛІДОК ЕМОТИВНОГО СПРИЙНЯТТЯ

Установлено, що в сучасній українській літературній мові активно використовують дієслова з новими конотативними значеннями, оскільки люди прагнуть одним словом передати і раціональну дію, тобто об'єктивне відображення дійсності, і емотивне ставлення мовця до дії, суб'єктивні властивості дії чи процесу. Визначено, що конотативне забарвлення виникає внаслідок переосмислення значення дієслова, у якому поняття суміщаються з оцінкою, в якій домінує емоційне ставлення. Доведено, що за допомогою конотативно забарвлених дієслів мовець виражає свій емоційний стан. З'ясовано механізми виникнення емоційного тону. Проаналізовано різновиди емоційної оцінки: позитивна, негативна, амбівалентна. Результатом відображення емоцій у слові в процесі їх вербалізації є емотивність. Емотивність – це компонент конотативного значення, що емоційно відображає дійсність та є засобом емоційного спілкування.

Ключові слова: конотативне значення, дієслово, емоції, емоційність, емотивне сприйняття, емотивність, оцінка.

Постановка наукової проблеми. Важливу роль у житті людини відіграють емоції, які є динамічною силою в житті людини та суспільства. Свій емоційний стан мовець може передати за допомогою конотативно маркованих дієслів. Саме тому **метою** дослідження є вплив емоцій на виникнення конотативних значень дієслів.

В українському мовознавстві спостерігається тенденція до вивчення експресивно забарвленої лексики в цілому та семантики конотативних значень дієслів зокрема. Але ще досі існує чимало нез'ясованих питань: причини та способи виникнення конотативних значень, недостатньо вивченими є структура та функції конотації.

Для досягнення поставленої **мети** потрібно було розв'язати такі **завдання**: дослідити вплив емоцій на виникнення конотативних значень дієслів; виявити механізм виникнення емоційного тону; визначити види емоційної оцінки конотативно забарвлених дієслів. Проблема дієслівних конотем може стати частиною комплексного дослідження, присвяченого питанням унормування та стандартизації словникового складу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Біологічне і соціальне значення емоцій було об'єктом дослідження вчених [4–9]. Емоції – це ставлення людини до певних фактів, явищ, зумовлене потребами людини. Пізнавальна діяльність людини пов'язана з оцінкою, у якій виразником ставлення до навколишньої дійсності є емоції. Увагу людини привертають об'єкти, цікаві для неї, викликають певні емоції і зумовлюють різну оцінку.

Емоції є своєрідним відображенням об'єктивної дійсності в мозку людини [9, с. 24]. Саме тому емоції є суб'єктивним (продукт мозку) і об'єктивним (відображають дійсність) явищем. Крім основних функцій (адаптивна, комунікативна), емоції виконують оцінну та функцію впливу. Учені довели існування емоційної системи, у якій окремі елементи взаємопов'язані динамічними й відносно стабільними відношеннями. Системність емоцій виявляється і в ієрархічній організації: наприклад, тривога може змінитися переляком і перейти в жах. Іншим підтвердженням системності емоцій є полярність між деякими їхніми парами: радість – сум, інтерес – відраза, сором – зневага [4, с. 57–58].

У мові мас-медіа функціонують дієслова, що: 1) викликають емоції і завдяки асоціативним зв'язкам у контексті впливають на інші слова, надаючи їм емоційного забарвлення: *підставити, звалити, вибити, викачати, розслабитися, вичавити* та інші; 2) позначають

емоційну дію: *плакати, сміятися, радіти, злитися, обурюватися, ненавидіти, казиритися, відшмагати* та інші, у яких емоції є денотатом; 3) дієслова, у структурі яких є емотивні семи: *наварити, мочити, залетіти, кинути, косити* тощо.

На думку В. В. Виноградова, одиниці мови, зокрема слова, в емоційно забарвленому мовленні виступають одночасно і знаком думки мовця, й ознакою всіх інших психічних процесів, які входять в завдання і наміри повідомлення [2, с. 19].

Конотація – це семантична сутність узуального чи оказіонального характеру, яка входить у семантику слова і виражає емотивно-оцінне ставлення до дійсності. Конотативне значення – це нове вторинне значення, яке виникає в мовленні, а згодом засвоюється мовою.

А. В. Безрукова зазначала, що «мова є засобом пізнання навколишнього світу, служить для формування і передачі думки та вираження емоцій. Оскільки інтелектуальне і емоційне складають діалектичну єдність, а емоційне так само, як і інтелектуальне, має свою систему, необхідно досліджувати в мові не лише інтелектуальний, але й емоційний зміст» [1, с. 11]. Це означає, що емоційно забарвлене мовлення одночасно репрезентує дві сторони психічної діяльності людини: мислення і емоції. Мова є лише одним із засобів вираження емоцій людини. Мова перебуває найвище в емоційно-експресивному ланцюжку: внутрішні реакції – міміка – жести – мовлення.

Отже, значення містить повідомлення про комунікативні ролі, відомості про учасників ситуації, їхні наміри та їхнє ставлення до позначуваного. Цей експресивний ефект є наслідком цілого ланцюжка змістів, що утворили конотативний компонент значення. У комплекс відомостей входить їхня внутрішня форма найменування як його «історична» пам'ять, що відновлюється у вигляді образу – пригадування реалії і оцінна модальність у її власне емоційному, емотивно-оцінному і стилістичному різновидах [6, с.114]. Дієслова можуть мати такі ознаки: внутрішню форму та емотивно-оцінну модальність. Наприклад, слово *прикривати* зі значенням 'захищати злочинців, порушників закону' має негативну емоційно-оцінну модальність, оскільки мають бути всі рівні перед законом: «*Головна функція Мін'юсту сьогодні – прикривати «темні справи» влади» – експерт* (ГУ, 06.07.13, 3); негативну емоційно-оцінну модальність має також лексема *цвірінькнути*: «*Цвірінькнула*» – а воно у справі. Суддя Кіреєв став на бік інформаційних технологій і почав вивчати мікроблог Тимошенко (УМ, 26.07.11, 4), *цвірінькнути* – конотативне значення 'написати про щось у мікроблозі' виникло від назви мікроблогу «твіттер», яке походить від англійської «цвірінькати»; *пудрити* – 'прикрашати щось, приховуючи недоліки': *На Європейській змішалось все – люди, торгівля книжками, хотдогами, насінням, квітами. Тож якщо пудрити обличчя міста, то спершу треба його вмити»...* (УМ, 17.08.11, 5); негативну оцінку лексеми *помалюватися* спричинила жартівливо-зневажлива сема 'бажання похизуватися одягом', але це бажання дитини, що характерно для цього віку, тому відсутнє засудження: *Сутто хлоп'яче прагнення «помалюватися» перед однолітками неодмінно дається ознаки* (УМ, 25.06.08, 8).

Значення експресивно забарвлених лексем можна розкласти на дві складові: перша – денотація, яка утворює тему дієслівної семантики, а друга – раціонально-оцінна модальність, містить вказівку на емотивну модальність: мовець у дієсловах *прикривати, цвірінькнути, пудрити, помалюватися* висловлює зневагу, засудження негативного вчинку.

Отже, змістову структуру висловлення з експресивно забарвленими дієсловами можна уявити у вигляді складної системи: крім значення, є ще емотивно-оцінна модальність, що мотивована внутрішньою формою дієслова, його асоціативно-образним уявленням, але домінуючу позицію посідає емотивно-оцінна модальність та її мотив.

За допомогою мовних засобів мовець може виразити свій емоційний стан. Необхідність емоційної експресії зароджується на ранніх етапах утворення мовлення, коли вираження емоцій, які входять в комунікативне завдання, ще не знайшло конкретних форм вираження. Якими будуть ці форми – залежить від багатьох чинників, а саме: 1) сили і якості актуальної потреби; 2) оцінки можливості / неможливості задоволення потреби на основі вродженого і набутого досвіду; 3) індивідуальних особливостей суб'єкта, насамперед, індивідуальних особливостей емоційності, мотиваційної сфери, вольових якостей; 4) часу, залежно від якого емоційна реакція набуває характеру, який швидко розвивається, і афекту чи настрою, який зберігається годинами, днями чи довше; 5) якісних особливостей потреб.

Встановлено механізм виникнення емоційного тону: сприйняття об'єкта, оцінка, виникнення емоційного тону. Існує два види оцінок: раціональна та емоційна, є багато різновидів емоційної оцінки: 1) позитивна: *Це Григорій Новак гирями «вишиває». Чемпіон світу з важкої атлетики, заслужений майстер спорту* (МУ, 22.03.11, 2); *Оленка – моя землячка й родичка. Тож відбувся своєрідний бартер: я виїхав, а вона – приїхала... Там же «приякорилися» й два її брати. Купа дітей, онуків* (МУ, 23.03.11, 3); *Наступного дня всі «відриваються» по повній програмі: вуличні вертепи, колядники, багатий на найдки різдвяний стіл, усілякі напої і, звичайно ж, пісні* (УМ, 11.01.11, 9); 2) негативна: *Будучи на цій посаді, він «вишивав» службовою автівкою напідпитку...* (УМ, 24.10.12, 7); *Я особисто проти такого підходу. Не можна авантюрно «викидати» землю на продаж, як ми це зробили з майном* (ГУ, 23.03.11, 4); *Колишні «червоні директори» перефарбувалися у біло-сині...* (УМ, 24.10.12, 8); амбівалентна (поєднуються позитивна і негативна) та невизначена: *З батьками мені пощастило, скажіть? Вони вміють «відтягуватися» по повній програмі* (МУ, 11.02.11, 2); *До слова сказати, попередні уряди також «малювали» цифри досягти 12-мільйонного рубежу ще до 2010 року, однак, як свідчить статистика, більше 8 мільйонів «не витягнули»* (ГУ, 08.02.11, 12).

Конотативне значення – результат вторинної номінації: в процесі переосмислення виникає можливість створити такі семантичні форми, де поняття суміщаються з оцінкою, в якій домінує емоційне ставлення, наприклад: *Не був би він самим собою, якби не вступнув якість штуркарство* (Д, 24.04.09, 19), *вступнути* – ‘зробити щось зневажливе’, зневажливе ставлення; *Японський бандурист кобзарює Україною* (МУ, 21.01.11, 1), *кобзарювати* – ‘їздити з концертами’, схвальне; *СПУ «посипалась»... Соціалістичну партію України після проведеної днями чергової конференції покинули триста її членів* (Д, 07.04.09, 2), *посипатися* – ‘розколотися’, зневажливе; *СБУ взялася за «майнову конверсію». У Львові спецслужби «нарили» схему зловживань вояків на суму 2,5 мільйони* (УМ, 15.02.11, 4), *нарити* – ‘виявити’, схвальне. Внутрішня форма служить мотивом для емотивно-оцінного ставлення до реалії.

В. І. Шаховський у своїх працях вказував на зв'язок емоційності і емотивності: «Емотивність – лінгвістичний аспект категорії емоційності... Під емотивністю ми розуміємо лінгвістичне вираження емоцій, тобто та семантична частина лексичного значення слова, за допомогою якої мовна чи мовленнєва одиниця реалізує свою емотивну функцію» [8, с. 6–9].

Мова кодує емоції, «зберігає їх у слові, пожвавлює їх, вона робить можливою комунікацію на рівні людських емоцій. Таким чином, мовні знаки, які маніфестують, демонструють людські емоції, можна назвати емотивними» [5, с. 253]. В. Л. Іващенко переконана, що емотивність – основний критерій розмежування денотації і конотації – це «органічна єдність власне семантичного компонента (носія інтелектуально-логічної інформації про нову якість предмета), емоційності (момент переживання означуваного) та оцінки (відображення як індивідуально-особистого, так і національно-культурного бачення світу» [3, с. 133]. Т. Р. Ходжаян доводить, що «емотивність може бути елементом семантичної структури слова і належати до системних властивостей слова» [7, с. 12]. Емотивний компонент конотативного значення емоційно відображає дійсність, містить емоції, викликані певною дією та забезпечує емоційне спілкування між співрозмовниками. Емотивний компонент взаємопов'язаний з оцінним компонентом.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, емоції і почуття забарвлюють мовленнєву діяльність загалом і її одиниці зокрема. Емоційний стан людини в різні моменти життєдіяльності – це результат багатьох емоційних процесів, серед яких є домінуючий. Якщо інтенсивність домінуючого процесу висока, він впливає на мовленнєву поведінку людини. Засоби мови, що використовують для вираження емоційного стану, синхронні з мотивацією діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безрукова А. В. Семантика и функционирование глаголов, выражающих эмоциональное отношение / А. В. Безрукова // Семантика и функционирование английского глагола : межвуз. сб. науч. тр. / Горьк. гос. пед. ин-т им. М. Горького ; [редкол. : Л. Львов и др.] – Горький, 1985. – С. 11–15.
2. Виноградов В. В. Русский язык : грамматич. учение о слове / В. В. Виноградов. – М. ; Л. : Учпедгиз, 1947. – 784 с.
3. Іващенко В. Л. До питання уніфікації поняття «емотивність» у лексичній семантиці : (конотатив.-оцінний аспект, лінгвіст. дискусії) / В. Л. Іващенко // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. пр. / НАН України, Ін-т укр. мови, Комітет наук. термінології. – К., 1998. – С. 132–134.

4. Изард К. Эмоции человека : пер. с англ. / К. Изард. – М. : Изд-во МГУ, 1980. – 440 с.
5. Меншикова Н. В. Эмотивный аспект юридической лексики современной немецкой речи / Н. В. Меншикова // Вісн. Київ. держ. лінгвістич. ун-ту. – К., 1997. – Вип. 3 : Взаємодія одиниць різних рівнів германських.
6. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия ; отв. ред А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1986. – 139 с.
7. Шаховский В. И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантической категории лингвистики / В. И. Шаховский // Проблемы семасиологии и лингвистилистики / Рязан. пед. ун-т. – Рязань, 1975. – Вып. 2. – С. 3–25.
8. Шаховский В. И. Эмотивный компонент значения и методы его описания : учеб. пособие к спецкурсу / В. И. Шаховский. – Волгоград : Изд-во Волгоград. гос. пед. ин-та, 1983. – 96 с.
9. Якобсон П. М. Психология чувств : учеб. пособие / П. М. Якобсон. – М. : Изд-во АПН, 1956. – 238 с.

Стадний А. Глагольная коннотация как следствие эмотивного восприятия.

Установлено, что в современном украинском литературном языке активно используют глаголы с новыми коннотативными значениями, поскольку люди стремятся одним словом передать и рациональное действие, то есть объективное отражение действительности, и эмотивное отношение говорящего к действию, субъективные свойства действия или процесса. Определено, что коннотативная окраска возникает вследствие переосмысления значения глагола, в котором понятие совмещается с оценкой, в которой доминирует эмоциональное отношение. Доказано, что с помощью коннотативно окрашенных глаголов говорящий выражает свое эмоциональное состояние. Выяснено механизмы возникновения эмоционального тона. Проанализированы разновидности эмоциональной оценки: положительная, отрицательная, амбивалентная. Результатом отражения эмоций в слове в процессе их вербализации является эмотивность. Эмотивность – это компонент коннотативного значения, что эмоционально отражает действительность и является средством эмоционального общения.

Ключевые слова: коннотативное значение, глагол, эмоции, эмоциональность, эмотивное восприятие, эмотивность, оценка.

Stadniy A. Verbal Connotation as a Result of an Emotive Perception.

It was already found, that in the modern Ukrainian language verbs with new connotative meanings are actively used, such as people tend to convey words in short form both rational action, an objective reflection of reality, and emotional attitude of the speaker to the act, subjective properties of the process. Determined, that the connotative coloring is caused by redefining meaning of the verb, in which concepts are combined with evaluation in which an emotional attitude is dominated. It is proved that a speaker expresses his emotional state by means of connotative colored verbs. The mechanisms of the origin of emotional tone are clarified. Analyzed varieties of emotional evaluation: positive, negative, ambivalent. Emotivity is the result of the reflection of emotion in the word in their verbalization. Emotivity is a component of connotative meaning that emotionally reflects reality and is a means of an emotional communication.

Key words: connotative meaning, verb, emotions, emotional perception, emotivity, valuation.

Оксана Фандуль
(Хмельницький)

УДК 81'42-811.161.1

**ПРИЗВИЩА ЦЕНТРАЛЬНОЇ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ
З МАЛОПРОДУКТИВНИМИ ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ФОРМАНТАМИ**

Статтю присвячено дослідженню українських прізвищ Центральної Хмельниччини, оформлених малопродуктивними поліфункціональними формантами (-ець, -ан, -ун, -ка, -ло, -ій, -ай, -ок, -ач, -ух, -ина, -ей). Суфіксація – найчисленніший засіб творення прізвищ у межах морфологічного способу. Для поліфункціональних суфіксів функція патронімічності є вторинною, адже первісно в апелятивній лексиці вони виконували функцію атрибутивності або демінутивності. Встановлено, що поліфункціональні суфікси приєднувалися до різних за походженням твірних основ, тобто сполучуваність прізвищевого форманта з твірною основою не залежить від значення і словотвірної

семантики; велику кількість прізвищ кваліфіковано як прізвища неоднозначної словотвірної мотивації через багатозначність, а іноді функціональну невизначеність формантів, що входять до складу проаналізованих прізвищ; прізвища, значення яких залишається незрозумілим, віднесено до прізвищ з невідомою етимологією. У статті зроблено семантичний аналіз досліджуваних прізвищ; з'ясовано структурні особливості твірних основ антропонімів зазначеного регіону; здійснено кількісний аналіз цих прізвищ.

Ключові слова: антропонім, апелятив, прізвище, суфікс.

Постановка наукової проблеми. Об'єктом наукових антропонімічних розвідок традиційно є діалектно-регіональний аспект вивчення прізвищ: Ю. Б. Бабій (Середня Наддніпрянина), Г. Є. Бучко (Бойківщина), Л. О. Кравченко (Лубенщина), І. Д. Фаріон (Верхня Наддністрянщина), П. П. Чучка (Закарпаття) тощо. Українські мовознавці чимало уваги приділяють словотвору прізвищ. Дослідники висловлюють різні міркування щодо визначення способів деривації та їх кількості, як наслідок – це питання ще потребує теоретичних узагальнень.

Морфологічний спосіб творення прізвищ має такі різновиди: афіксальний, безафіксний, складання, конверсія [див.: 9]. У цій статті ми аналізуємо антропоніми, утворені суфіксальним способом словотвору, засобами вираження яких є малопродуктивні поліфункціональні форманти (-ець, -ан, -ун, -ка, -ло, -ій, -ай, -ок, -ач, -ух, -ина, -ей). Суфіксація – найбільш поширений засіб творення прізвищ у межах морфологічного способу. Для поліфункціональних суфіксів функція патронімічності є вторинною, адже первісно в апелятивній лексиці вони виконували функцію атрибутивності або демінутивності. Багато лексем як прізвища оформилися семантичним способом, уже маючи у своїй структурі певні фіналії як словотвірні форманти або як елемент кореня, що призвело до функціональної невизначеності таких суфіксів у час становлення прізвищ [1, с. 130].

Потреба дослідити прізвища Центральної Хмельниччини з малопродуктивними поліфункціональними формантами, які ще не були предметом спеціального ономастичного вивчення, зумовила **актуальність** обраної нами теми. **Об'єктом** дослідження є прізвища, поширені на території Центральної Хмельниччини. **Метою** запропонованої статті є аналіз прізвищ з багатофункціональними суфіксами в основі. Мета передбачає розв'язання таких завдань: з'ясувати структурні особливості твірних основ антропонімів, оформлених малопродуктивними поліфункціональними формантами, зробити семантичний аналіз досліджуваних прізвищ.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Модель із суфіксом -ець. Праслов'янський демінутивно-гіпокористичний формант **-ець** походить із **-ьць**, який у давньоруський період виступав як засіб творення особових назв від давніх дохристиянських і християнських імен [4, с. 78]. У ролі патронімного форманту він зафіксований пам'ятками української мови XVI ст. у складі двочленних і тричленних іменувань, які були дуже продуктивними у період формування українських прізвищ [6, с. 102–103]. Перші антропоніми із суфіксом **-ець** на Закарпатті фіксуються вже у XIII ст.

Як показує досліджуваний матеріал, деривати із суфіксом **-ець** утворені від основ: *а) церковно-християнських чоловічих імен різної структури: Михалець, Романець, Семенець, Трофимець, Юхимець; б) давньослов'янських від композитних та відапелятивних імен і прізвищ: Бакалець, Блаженець, Близнець, Ємець (ємкий – „спритний” (Ет. сл.)), Полець; в) апелятивних характеристик особи: Державець, Дозорець, Кравець, Купець, Ладунець (ладун – „в'юк?, вантажник” (Ет. сл.)), Мазурець, Мисливець, Німець, Стрілець, Українець, Швець.*

Суфікс **-ець** представлений також у двоморфемних формантах: **-ин-ець:** Волинець, Комаринець, Кудринець, Мостинець, Олексинець, Сульжинець, Хролинець; **-ов-ець:** Воловець, Красиловець. Суфікс **-инець** – пізньослов'янський патронімний формант у широкому значенні цього терміна, який охопив слов'янські мови всього Карпато-Дунайського басейну. А виник він шляхом зрощення посесивного суфікса **-ин** та субстантивууючого суфікса **-ець**, щоб утворювати назву сина за матір'ю чи батьком [13, с. XXXIII].

Вважаємо, що лексико-семантичним способом утворені прізвища на **-ець**, які означали назву професії чи заняття, належність до певного стану, національності, до певної місцевості, а також відонімні назви, зафіксовані у лексикографічних працях.

Модель із суфіксом -ан/-'ан. Праслов'янський поліфункціональний суфікс *-*апъв* українській мові став виразником кількох словотвірних значень [13, с. XXX]. Суфікс *-ан* у слов'янських мовах є полісемантичним: від дієслів він утворює пасивні дієприкметники (бажаний, проданий...) та атрибутивні особові назви (жебран, мовчан...), від прикметників – згрубілі атрибутиви (великан, здорован...), від топонімів – катойконіми (кияни, пражани, хуст'ани), від апелятивів – згрубілі атрибутиви (лобан, шиян, череван...) [12, с. 327]. Як зазначає Ю. К. Редько, суфікс *-ан*, поряд з іншими значеннями, має також відтінок патронімічності [8, с. 111].

Прізвища Центральної Хмельниччини на *-ан/-'ан* поділяємо на:

- утворення подвійної словотвірної мотивації: *Білан* (від білий або білан – „шкідник садових і городніх культур” (СУМ)), *Глушман* (від глухий або глушман – „глуха людина” (Гр.)), *Куцан* (від куций або куцан – „чорт” (Гр.)), *Мовчан*;

- антропоніми лексико-семантичного способу деривації: *Галган* (галган – „нероба, гультай” (Ет. сл.)), *Курман* (курман – „мотузка” (Гр.)), *Шаран*;

- прізвища, утворені афіксальним способом, твірними основами яких виступають давньослов'янські відапелятивні імена і прізвиська: *Дзюбан* (дзюб – „дзьоб” або дзюба – „дівчина з обличчям, укритим вісною” (Гр.)), *Коган* (кога – „кашель” (Ет. сл.)), *Корман*, *Кучман*, *Луцан* (лушати – „лускати” (СУМ)), *Мисан*, *Саган* (пор. 1) сага – „річкова затока”, 2) „епічне сказання про легендарних героїв” (СУМ)), *Стиран*.

Модель із суфіксом -ун. Нетиповими у творенні прізвищ Центральної Хмельниччини є антропооснови, оформлені суфіксом *-ун*. Ю. К. Редько стверджує, що суфікс *-ун* в українській мові досить продуктивний як засіб для утворення зневажливо-насмішливих назв, переважно віддієслівних типу „балакун”, „брехун”, „свистун” [8, с. 155]. Як відзначає П. П. Чучка, суфікс *-ун* первісно виконував атрибутивну й агентивну функції [13, с. XXXVII]. На думку І. Д. Фаріон, починаючи з XI–XIII ст., вживалися віддієслівні назви суб'єктів з *-ун* функціональної або характеристичної дії. Згодом цей суфікс поширив свою функцію на відприкметникові деривати з атрибутивним словотвірним значенням на зразок старун, сліпун [10, с. 371]. Формант *-ун* називають у розряді тих афіксів, що творять квалітативи й пейоративи (Карпун, Павлун) [7, с. 81], іноді в розряді патронімічних (Стахун) [2, с. 43].

Прізвища Центральної Хмельниччини на *-ун* утворилися від:

а) християнських чоловічих імен різних структурних моделей: *Грицун*, *Сакун* (від *Сак*, *Ісак*), *Тишкун* (від *Тишко*, *Тихін*), *Федун*. Ці антропоніми відносимо до дериватів подвійної мотивації, оскільки вони могли бути утвореннями морфологічного способу або лексико-семантичними дериватами, похідними від суфіксальних варіантів власних імен;

б) відапелятивних імен та прізвиськ, що походять від:

- **дієслів:** *Бізун*, *Боркун* (пор. 1) боркати – „підрізувати крила (птахам)”, 2) буркати – „бурмотати” (Гр.)), *Буркун*, *Гаркун*, *Лизун*, *Моргун*, *Ницун*, *Порхун*, *Рикун*, *Свистун*, *Шеметун* (шemetатися – „метушитися, вовтузитися” (СУМ)), *Шепетун*;

- **іменників:** *Вовкун*, *Гедзун*, *Дякун*, *Старицун*, *Шаргун*;

- **прикметників:** *Гладун*, *Дикун*, *Тихун* (від тихий або чоловічого імені Тихін), *Хижун*.

Прізвища *Бордун* (бордун – „жовтець їдкий” (Ет. сл.)), *Карун* (карун – „вид тканини; ситець” (Ет. сл.)), *Ковтун* (ковтун – „хвороба шкіри”, „неохайна людина, вошивець” (Ет. сл.)), *Супрун* (Супрун – „Софрон” (Ет. сл.)) класифікуємо як лексико-семантичні утворення.

Модель із суфіксом -ка. В апелятивній лексиці суфікс *-ка* може утворювати іменники незменшені („казка”) і зменшені („собачка”) [8, с. 140]. Загальна кількість антропонімів на *-ка* в досліджуваному регіоні невелика. Прізвища, утворені лексико-семантичним способом, найбільш численні: *Бурка*, *Волошка*, *Гузьянка*, *Заморока*, *Канюка*, *Лялька*, *Малярка*, *Мірочничка*, *Наливка*, *Опока*, *Осика*, *Партика*, *Редька*, *Скобелка*, *Триска*, *Чепурка*, *Шпилька*.

Про подвійну мотивацію можна говорити у прізвищах типу: *Бандурка*, *Будка*, *Гадючка*, *Головка*, *Довбенька*, *Дудка*, *Дулька*, *Душечка*, *Кишенька*, *Колодочка*, *Курочка*, *Лопатка*, *Папка*, *Пшеничка*, *Скипка*, *Юшечка*. Ці антропоніми мають аналогічні відповідники серед апелятивів і прізвищ без форманта *-ка*: пор. апелятиви *дуда*, *душа*, *скиба* і прізвища *Дуда*, *Душа*, *Скиба* тощо. Також до цієї групи можна віднести відіменні прізвища, яких на теренах Центральної Хмельниччини зовсім мало: *Олексика*, *Яковка*.

Патронімами, а отже – прізвищами морфологічного типу, вважаємо антропоніми *Багрика*(багрий – „темно-червоний” (Ет. сл.)), *Горбанька*(горбань – „горбун” (Гр.)), *Ковердяка*(коверда – „дурниця, нісенітниця” (Ет. сл.)), *Коврижка*(коврига – „великий шматок” (Ет. сл.)), *Окорочка*(окорок – „окіст” (Ет. сл.)), *Сулимка*(сулема – „хлорид ртуті – безбарвна кристалічна речовина” (Ет. сл.)), *Сутулка*, *Шпирка* тощо.

Лише зовнішньо нагадує суфікс **-ка** у прізвищах застигла форма родового відмінка однини антропонімів: *Бублика*, *Козика*, *Припека* та інших.

Незрозуміле лексичне значення мають прізвища *Дрейка*, *Корсунка* (можливо, від *корса* – „полози” (Гр.)), *Офрейка*, *Ропуска*, *Цека*, *Цудичка*.

Модель із суфіксом -ло. Формант виконував в основному агентивну функцію, надаючи основам фамільярно-згрубілого відтінку [10, с. 89]. Ця модель прізвищ є непродуктивною на досліджуваній території. Більшість прізвищ на **-ло** утворено від дієслівної основи (*Бризгало*, *Вигоняло*, *Журило*, *Загребайло*, *Закопайло*, *Замрачило*, *Міняйло*, *Покотило*, *Посвистайло*, *Ропотило*, *Терпило*). Замість дієслівної основи може виступати звуконаслідувальне слово, яке теж виражає дію [8, с. 204] (*Кукало*, *Шокало*), зрідка – прикметник (*Рудело*, *Тупило*), іменник (*Букало*, *Ружило*(ружа – „троянда” (Гр.)), *Шопало*(шопа – „покрівля” (Гр.)).

Модель із суфіксом -ій. Більшість прізвищ цієї групи вказує насмішливо на якусь характеристичну ознаку носія, наприклад, *Бородій*–„людина з бородою”... [8, с. 138]. П. П. Чучка, досліджуючи прізвища закарпатських українців, зазначає, що основна маса прізвищ на **-і(й)** – це однозначно угорські відтопонімні прикметники на **-і** [13, с. XXXV].

Обстежуваний матеріал дає змогу зробити висновки, що деривати на **-ій** – це переважно прізвища з подвійною мотивацією, отже, їх можна розглядати як семантичні та морфологічні утворення: *Багрий* (багрий – „сіро-бурий віл” або багрити – „ставати багряним” (Гр.)), *Козій*(козій – „різновид вола за особливістю ріг” (Гр.) або апелятив „коза”+ суфікс **-ій**), *Красій* (красити – „красуватися” або красити – „фарбувати” (Гр.)), *Курій* (курій – „курець” (Гр.) або від дієслова „курити”+ суфікс **-ій**), *Луній* (лупій – „лихвар” (Гр.) або від дієслова „лупити”+ суфікс **-ій**), *Палій*, *Смолій* (від смола або смолі – „соплі” (Гр.)), *Чалій* (чалій – „сірий, сіро-коричневий” або чал – „причальний канат” (СУМ)); також є суфіксальні (*Бородій*, *Сурмій*, *Тацій*, *Черній*) та семантичні (*Бабій*, *Добродзій*, *Колодій*) утворення.

Твірними основами прізвищ на **-ій** виступали давньослов'янські відапелятивні імена та прізвиська, апелятивна характеристика особи.

Модель із суфіксом -ай. Антропоніми на **-ай** суфіксального способу творення мотивуються відапелятивними прізвишками. Значення прізвищ залежить від характеру їх передсуфіксальної частини. Якщо твірна основа – іменник (*Губай*, *Коцай*), прізвищам властиве вираження ознаки, яка для оточення була смішною [8, с. 105]; прикметник (*Гулай* (гулий – „безрогий” (СУМ)) – такі прізвища мають глумливий характер, виражають атрибутивність; дієслово (*Молотай*) – для людини найхарактернішою є дія, виражена у передсуфіксальній частині.

Прізвища *Кубай*, *Грицай* вважаємо утвореннями подвійної словотвірної мотивації: пор. 1) *кубай* – „кубок, вироблений з дерева” (Гр.), 2) *куб* – „правильний шестигранник”; „великий казан” (СУМ). Суфікс **-ай** надає імені особливого зменшено-фамільярного відтінку [8, с. 105].

Похозай кваліфікуємо як етимологічно непрозоре прізвище.

Інші деривати на **-ай** – семантичні утворення: *Гайдай*, *Калакай*, *Малай*, *Махлай*, *Нечай*, *Чорнобай*, *Шахрай*.

Модель із суфіксом -ок. Як зазначає П. П. Чучка, суфікс **-ок** може виконувати патронімічну функцію [13, с. XXXVI]. М. Л. Худаш відносить його до розряду демінутивних [11, с. 124]. Формант **-ок** є непродуктивним у прізвищотворенні жителів Центральної Хмельниччини.

У межах словотвірного типу прізвищ на **-ок** виокремлюємо утворення, які є продуктами морфологічного словотвору (*Бохонок*, *Сивачок*) та прізвища з подвійною словотвірною мотивацією (*Цапок*, *Бачок*, *Козачок*, *Гучок*, *Жучок*, *Глушок*, *Душок*). Відіменні утворення *Омелянок*, *Сташок* схильні також вважати прізвищами подвійної мотивації.

Модель із суфіксом -ач. Первісно цей формант міг виконувати і патроніму, і квалітативну функції [5, с. 90–91]. Водночас П. П. Чучка зауважує, що серед прізвищ на **-ач** майже немає переконливих прикладів на морфологічний спосіб творення [12, с. 299]. Прізвища

на **-ач** розподіляються на дві основні групи: а) агентивні, утворені від дієслівної основи [8, с. 114]: *Доскач, Драч, Храпач*; б) атрибутивні, утворені від іменних основ [8, с. 115]: *Лобач, Паркач, Смагач*.

Модель із суфіксами -ух, -уха. Прізвища з кінцевими **-ух, -ухау** Центральної Хмельниччини становлять нечисленну групу. Суфікс **-ух** виступає в українській мові, насамперед, як формант згрубілих іменників („знайдух”, „смердюх”), також згрубілих форм власних імен (Андрух). Частіше виступає з флексією **-а** як згрубілий з негативним емоційним забарвленням: „плетуха”, „шептуха” [8, с. 160]. На досліджуваній території виділяємо семантичні (*Балух, Галух, Дідух, Добруха, Заверуха, Карнаух, Макуха, Пастух*) і морфологічні (*Вакух, Капруха, Клопух*) утворення з цим формантом. *Петруха* – прізвище з подвійною мотивацією.

Модель із суфіксом -ина. Серед прізвищ Центральної Хмельниччини зафіксовано утворення на **-ин(а)**. Формант **-ин(а)** – характерна риса українського антропонімного словотвору [5, с. 83]. Первісна функція суфікса **-ина** передусім у відіменних прізвищах здрібніло-зневажлива, на що вказують Ю. К. Редько та П. П. Чучка [13; 12]. Також П. П. Чучка припускає, що він може виражати патронімічність [12, с. 329]. Антропоніми на **-ина** утворювалися семантичним (*Ботвина, Дубина, Скорина, Солонина, Фарина; Василина, Парасина, Ярина*) і морфологічним (*Щербина*) способами. Прізвища, утворені від чоловічих імен (*Грищина, Космина, Федина, Юзина, Яцина*), вважаємо утвореннями з подвійною словотвірною мотивацією.

Модель із суфіксом -ей. Прізвищева система Центральної Хмельниччини фіксує раритетну кількість форманта **-ей** у складі прізвищ. А. М. Залеський вважає, що формант **-ей** є діалектним варіантом суфікса **-ій**, а саме – результатом фонетичної зміни, якої зазнало **і** в позиції перед **й** в окремих карпатських говірках XIV–XVII ст. [3, с. 140]. Цю гіпотезу піддає критиці П. П. Чучка. Доданий до власного імені, цей суфікс надає йому зменшеного, а разом з тим якогось шанобливого відтінку [8, с. 119]: *Пантелей*. Семантичні утворення: *Кочубей, Соловей*. Група прізвищ, будова і значення яких неясні: *Артелей, Атерлей, Гелей, Гирей, Факшей*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Підсумовуючи сказане, слід зазначити: 1) поліфункціональні суфікси приєднувалися до різних за походженням твірних основ, тобто сполучуваність прізвищевих формантів із твірною основою не залежить від значення і словотвірної семантики; 2) велику кількість прізвищ кваліфікуємо як прізвища неоднозначної словотвірної мотивації через багатозначність, а іноді функціональну невизначеність формантів, що входять до складу проаналізованих прізвищ; 3) деякі прізвища, що дійшли до нас, часто зазнавали неабияких змін, тому їх значення залишається для нас незрозумілим; такі антропоніми ми віднесли до прізвищ з невідомою етимологією. У перспективі буде проаналізовано відонімні прізвища Центральної Хмельниччини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабій Ю. Б. Прізвища сучасної Середньої Наддніпрянщини: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Ю. Б. Бабій. – Одеса, 2007. – 242 с.
2. Бучко Г. Є. Семантична та словотвірна структура сучасних прізвищ Бойківщини / Г. Є. Бучко // Слов'янська ономастика / відпов. ред. С. М. Медвідь. – Ужгород, 1998. – С. 36–45.
3. Залеський А. М. Спостереження над українськими прізвищами XVII ст. (на матеріалі інвентаряс. Перегінське) / А. М. Залеський // Дослідження і матеріали з української мови. – К., 1964. – Т. VI. – С. 133–145.
4. Керста Р. Й. Особові назви, утворені від загальних назв на означення професії, роду занять / Р. Й. Керста // Питання історії української мови / відп. ред. Л. Л. Гумецька. – К. : Наукова думка, 1970. – С. 141–158.
5. Керста Р. Й. Українська антропонімія XVI ст. Чоловічі найменування / Р. Й. Керста. – К. : Наукова думка, 1984. – 152 с.
6. Кравченко Л. О. Прізвища Лубенщини / Л. О. Кравченко. – К. : Факт, 2004. – 197 с.
7. Марталого Т. В. Антропонімія Північного Степу України : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Т. В. Марталого. – Кіровоград, 1997. – 255 с.
8. Редько Ю. К. Сучасні українські прізвища / Ю. К. Редько. – К., 1966. – 214 с.
9. Торчинський М. М. Українська ономастика : навчальний посібник / М. М. Торчинський. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 217 с.
10. Фаріон І. Д. Українські прізвищеві назви Прикарпатської Львівщини наприкінці XVIII – початку XIX століття (з етимологічним словником) / І. Д. Фаріон. – Львів: Літопис, 2001. – 371 с.
11. Худаш М. Л. З історії української антропонімії / М. Л. Худаш. – К., 1977. – 236 с.
12. Чучка П. П. Антропонімія Закарпаття: дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.01 – укр. мова / П. П. Чучка. – Ужгород, 1969. – 978 с.

13. Чучка П. П. Прізвища Закарпатських українців: історико-етимологічний словник / П. П. Чучка. – Львів: Світ, 2005. – 703 с.

Умовні скорочення

Гр. – Грінченко Б. Д. Словник української мови / упоряд. з дод. власн. матеріалу Б. Грінченко. – К.: Наукова думка, 1996–1997. – Т. I–IV. *Ет. сл.* – Етимологічний словник української мови / за ред. О. С. Мельничука. – К.: Наукова думка, 1982–1989. – Т. I–V. *СУМ* – Словник української мови: в 11 т. / за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.

Фандуль О. Фамілії Центральної Хмельниччини с малопродуктивними поліфункціональними формантами.

Стаття посвячена дослідженню українських фамілій Центральної Хмельниччини, оформлених малопродуктивними поліфункціональними суффіксами (-ець, -ан, -ун, -ка, -ло, -ий, -ай, -ок, -ач, -ух, -ина, -ей). Суффіксація – саме численне средство створення фамілій в межах морфологічного способу. Для поліфункціональних суффіксів функція патронімічності вторична, вель первонаочно в апеллативній лексиці вони виконували функцію атрибутивності или демутивності. Установлено, що поліфункціональні суффікси присоединялись к різним по походженню образуючих основ, т.е. сочетаемость фамільних формантів с образуючою основою не залежить от значення и словообразовательної семантики; більше количество фамілій кваліфіковано як фамілії неоднозначної словообразовательної мотивації через мноозначність, а иногда функціональну неопределенність форманта, входящих в состав проанализованих фамілій, фамілії, значення которых остається непонятним, отнесені к фаміліям с неизвестною етимологією. В статті зроблено семантичний анализ досліджуваних фамілій. Определены структурні особливості производящих основ антропонимов указанного регіону. Осуществлен кількісний анализ даних фамілій.

Fandul O. Surnames of Central Khmelnytchyna formed from unproductive multifunctional suffixes.

This article is devoted to the investigation of Ukrainian surnames of Central Khmelnytchyna (Khmelnitsky region) which are formed by not productive multifunctional formants (-ets, -an, -un, -ka, -lo, -iy, -ay, -ok, -ach, -uh, -ina, -ei). Suffixes - the most numerous way of surnames creating within the morphological method. For multifunctional suffixes the function of patronymic denomination is the secondary, because originally in appellative vocabulary they execute function of attribution or diminution. It is established that multifunctional suffixes was added to the differentin origingeneratingbase, that is compatibility of surnames formant with generatingbase and does not depend on the meaning and word-formative semantics; many surnames were qualified as surnames of polysemantic word-formative motivation through polysemy and sometimesfunctional uncertainty of formants that are included in the structureof analyzedsurnames; surnames, meaning of which still remains unclear, referred to the surnameswith unknown etymology. The article presents semantic analysis of the surnames which are investigated; elucidatedstructural featuresof generatorsbases of anthroponyms of this region; realized quantitative analysis ofthese surnames.

Key words: anthroponym, appellative, surname, suffix.

Людмила Федорчук
(Івано-Франківськ)

УДК 811.111: 165.741

**КОНОТАЦІЯ ЯК ПРАГМАТИЧНИЙ КОМПОНЕНТ ЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНО
КОРЕКТНИХ ОДИНИЦЬ ТА ПСЕВДОПОЛІТКОРЕКТНИХ УТВОРЕНЬ**

У статті розглянуто різні визначення терміна “конотація”, у межах сучасного прагматичного підходу визначено та протиставлено особливості конотації політкоректних одиниць та псевдополіткоректних утворень, виділено експресивний та оцінний компоненти їхнього конотативного значення, що разом утворюють суб’єктивну модальність, яка накладається на денотативне значення та сприяє досягненню іллокутивного ефекту пом’якшення, вуалючій,

позитивації, елевації, гумору чи іронії. Автор також аналізує основні причини заміни прямих номінацій політично коректними і вводить термін «псевдополіткоректні утворення».

Ключові слова: політично коректні одиниці, псевдополіткоректні утворення, конотація, експресивність, оцінка, суб'єктивна модальність, денотативне значення, ілюкутивний ефект.

Постановка наукової проблеми. Прагматичний підхід до вивчення мовних явищ передбачає урахування при описі одиниць мови факторів, які пов'язані з інформацією про мовця і адресата, їхню інтерпретаційну діяльність, відомості комунікантів про подію чи ситуацію, в якій відбувається висловлювання, ціль повідомлення і умови, в яких воно відбувається [14, с. 7, 8], внутрішню форму та мотиваційний аспект в межах неї [13, с. 6] тощо. При дослідженні текстів ці фактори є очевидними, тоді як в значеннях слів ця інформація закодована у вигляді конотативного компоненту їх семантики. Значний інтерес мовознавців до так званої «політичної коректності» як однієї з форм мовленнєвого етикету останніх десятиріч [3; 12; 16] та неоднозначність трактування самого терміна зумовлює **актуальність** дослідження конотації політично коректних одиниць як прагматично наповненого компоненту їх лексичного значення.

Метою цієї статті є комплексне дослідження конотації політично коректних одиниць та псевдополіткоректних субститутів, що полягає у вирішенні наступних **завдань**: 1) розглянути різні визначення терміна «конотація»; 2) виділити основні складові елементи конотативної семантики політично коректних номінацій та псевдополіткоректних утворень; 3) проаналізувати їхню здатність виражати особливе ставлення мовця до позначуваного з метою досягнення певного комунікативного ефекту. **Матеріалом** дослідження послужили 326 політично коректних номінацій, отриманих шляхом суцільної вибірки з інтернет джерел [21; 22; 23; 17], американських журналів “Time” і “Newsweek” (1972 – 2013 роки) та словника політичної коректності [16].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Вибір слова, як стверджує В.Н. Телія, «може розглядатися як «мовленнєва дія», що націлена на певний ефект впливу на адресата і тому відноситься до прагматики мовлення як діяльності, що оперує мовою як інструментом змін стану справ у світі». [14, с. 8]. Ідеологія політичної коректності відповідно направлена, за словами її прихильників, на переосмислення стереотипів і усунення різного роду дискримінації [3, с. 8–9] за рахунок вибору мовних засобів, які є заготовками не тільки власне номінативної, а й прагматичної діяльності, оскільки характеризуються особливими компонентами лексичного значення, зокрема його конотативністю.

Конотація є зв'язком між номінацією та денотатом і вбирає в себе всю інформацію, яка репрезентує емоційну та оцінну функції, що разом створюють зміст, який традиційно співвідноситься з поняттям експресивності: «конотація – додатковий зміст слова чи виразу, його супутні семантичні чи стилістичні відтінки, які накладаються на його основне значення і служать для вираження різного роду експресивно-оцінних обертонів» [7, с. 101].

Якщо дотримуватися широкого розуміння конотації, то, на думку Л. Єльмслева, будь-яка вторинна інформація є конотативною [6, с. 368 – 379]. До конотації у вузькому розумінні відносять окремі види вторинної інформації: емоційність, оцінність, експресивність, стилістичне забарвлення, образність [14, с. 112]. Конотативні (емоційно-експресивно-оцінні) компоненти значення відображають певні ознаки, які вирізняються як найістотніші й актуалізуються згідно з наміром мовця [8, с. 24], що у випадку з політично коректними одиницями дозволяє уникнути здебільшого небажаної або в деяких випадках негативної конотації певних прямих найменувань.

У конотативному значенні більшості політично коректних одиниць (за винятком номінацій, що виражають «зворотню дискримінацію») відсутні ознаки диференціації за расовою, національною, статевою, релігійною приналежністю, віком, статусом, станом здоров'я, зовнішнім виглядом, культурою, освітою, сексуальною орієнтацією тощо [12, с. 11].

Експресивний компонент значення політично коректних одиниць – це переважно інформація про емоційне ставлення мовців до тієї якості денотата, про яку повідомляє політично коректна одиниця, та їх бажання викликати в реципієнта позитивніші асоціації щодо денотата. Цей намір реалізується за такою схемою: виникнення асоціативно-образного уявлення шляхом звернення до внутрішньої форми, де домінуючим є використання елементів, нейтральних за ознакою віку, статі, релігії, расової та етнічної приналежності, сексуальної орієнтації тощо, а

також актуалізація тих ознак реалій на позначення негативних явищ дійсності, непрестижних професій та соціального статусу, які в оцінковому плані є позитивними. Внаслідок оцінної інтерпретації відбувається емотивне сприйняття адресатом політкоректної номінації, що утворює суб'єктивну модальність, яка накладається на денотативне значення та забарвлює його ціннісно, створюючи ефект пом'якшення, позитивації, елевації тощо), і займає вершинну позицію при реалізації політично коректних субститутів у висловлюванні.

Як уже зазначалося, конотація включає також оцінний компонент. Поняття оцінки трактуватимемо як оцінне (позитивне чи негативне) ставлення мовця до адресата, інформації, що повідомляється, та самої комунікативної ситуації, де реалізується сила впливу мовця, що спрямована на досягнення комунікативно-прагматичного результату [10, с. 5]. Оскільки оцінка є соціально-обумовленою, її інтерпретація залежить від норм, прийнятих у тому чи іншому суспільстві чи його частині [1, с. 6]. Залежно від соціальної ситуації та контексту оцінка може бути позитивною чи негативною [15, с. 54], дескриптивною чи емоційною – прямо пов'язаною з прагматикою [9, с. 122], компонентом денотата або конотації [2, с. 13]. Оцінна діяльність вважається такою ж природною для людської свідомості, як і пізнавальна [5, с. 162], і емотивно-оцінне ставлення залежить від світогляду народу – носія мови, його культурно-історичного досвіду, системи існуючих у даному соціумі критеріїв оцінки [14, с. 39].

Що стосується політично коректних одиниць, то дуже часто мовці вживають їх замість прямих номінацій внаслідок соціальної звички, а самі не вважають денотат негативним [4, с. 21]. Наприклад, для уникнення дискримінації темношкірих вживаються *non African American*, *non African-Indian*, *European American* чи *Caucasian* замість лексеми *white*, денотат якої є позитивним, але при позначенні раси вона вступає в опозицію з *black*, і тоді емоційно-оцінний компонент конотації даної лексеми імпліцитно виражає «вищість», «зверхність», «привілейованість», цим самим викликаючи в мовців негативну оцінку:

He had no breakdown of field interviews by race, but Major McCormack said that of the people arrested in New Milford in that period, 96 percent were Caucasian (Time, 05/13/1994).

Це саме стосується прямої номінації *normal*, яка замінюється на політично коректну одиницю *able-bodied* для нейтралізації опозиції між *normal* та *abnormal*, оскільки лексична одиниця *abnormal* прямо вказує на те, що розумово та фізично неповносправні люди є відхиленням від норми. При цьому денотат залишається позитивним, а заміна відбувається лише для уникнення небажаної конотації, якої пряма номінація набуває в певній комунікативній ситуації.

Якщо розглядати прямі номінації, що стосуються статі, то їхній денотат також не є негативним, наприклад: *fireman – firefighter*, *deliveryman – delivery person*, *actor, actress – actron*, *stewardess – flight attendant*, *choirmaster – choir director*. Вживання політично коректних одиниць в даному випадку зумовлене соціальними переконаннями, зокрема бажанням нейтралізувати різницю між чоловічими і жіночими соціальними ролями. Вони продукуються для понять, що раніше не вимагали заміни, таким чином надаючи прямій номінації негативного відтінку дискримінації: “*Malakar also had the backing of friends and family in his home state of Washington. He is very handsome. That’s most of it, “marveled his friend Pat Wright, a gospel choir director in Seattle. He is a teenager and young girls and guys really like him”*” (Time, 04/18/2007); “*City workers can use low-cost VOIP (voice-over-Internet protocol), and police and firefighters have a high-speed bandwidth for on- the-go access to data like criminal records and building plans or live shots from security cameras”* (Time, 01/05/2007).

Нерідко причиною субституції є «погане» звучання слова, що викликає у свідомості комунікантів негативні асоціації: *drugstore* замінюється на *pharmacy*, *foreigner – newcomer*, *traveler, foreign (student, scholar чи visitor)* – на *international (student, scholar чи visitor)*, *foreign food* – на *ethnic cuisine*, *swamp* – на *wetland*, а *jungle* – на *rainforest* через можливі негативні асоціації мовців з лексемами *drugs* (наркотики), *foreign* (чужоземний, ворожий), *swamp* (драговина) та *jungle* (джунгли): *Shipping company UPS has agreed to pay \$40 million to end a federal criminal probe connected to its work for online pharmacies*” (Time, 29/03/2013).

В основі утворення деяких політично коректних одиниць лежить елевація порівняно з поняттям. Мовець ніби посилює позитивний ефект, тобто створює невідповідність між найменуванням і поняттям, в результаті чого найменування стає в оцінному відношенні

позитивнішим, ніж поняття [4, с. 21]. Це стосується політично коректних одиниць на позначення неprestижних професій: *chimney sweep – fineologist, scandiscopist; car wash worker – vehicle appearance specialist; window cleaner – glass maintenance engineer; tailor – fashion designer; corn cutter – chiroprapist; garbage man – garbologist, sanitation engineer*: “Academy Award-winning actor immortalized in the role of Ed Norton, the lean, dim-witted “subterranean sanitation engineer” ... on the 1950s television show “The Honeymooners” in Chester, Connecticut” (Time, 11/17/2003).

Часто політично коректні одиниці «покращують» негативний денотат через позитивніший асоціат, що апелює до свідомості реципієнта за рахунок постадвербіальних лексем *challenged, challenging, impaired, disabled, disadvantaged, different*, що позначають розумову та фізичну неповносправність, негативні явища суспільної дійсності, а також фізичні недоліки та негативні характеристики особи. Будучи похідними від *challenge*, лексеми *challenged* і *challenging* вказують на наявність певних труднощів, яким намагаються протистояти і подолати їх (*challenge – a call to someone to participate in a competitive situation or fight to decide who is superior in terms of ability or strength, a task or situation that tests someone’s abilities* [20], *challenged – presented with difficulties* [19], *challenging – difficult in a way that is usually interesting or enjoyable* [19], *challenging – testing one’s abilities, demanding, inviting competition* [20]. Що стосується компонентів *impaired, disabled* та *disadvantaged*, то перший вказує на часткове відхилення від норми, неповну працездатність (*impaired – being in a less than perfect or whole condition* [19], *disabled* актуалізує інформацію про те, що власне хвороба чи інші зовнішні чинники стали причиною певних обмежень (неповноправностей) (*disabled – incapacitated by illness or injury* [19], *having a physical or mental conditions that limits their movements, senses or activities* [20]), а *disadvantaged* наголошує на несприятливості зовнішніх умов і обставин, які зменшують шанси на успіх, особливо по відношенні до фінансових і соціальних можливостей (*disadvantaged – of a person or area in unfavourable circumstances especially with regard to financial or social opportunities* [20]), тоді як *different* допускає існування різних альтернатив як потенційно правильних (*different – various or assorted* [24]): *mad – mentally challenged, mentally disabled; mute – verbally challenged, speech impaired; deaf – hearing impaired; crook – morally/ethically challenged; fat person – horizontally challenged; dumb – speech impaired; ugly – visually challenging, attractively impaired; dishonest – morally different; poor – economically disadvantaged*:

Data crunched from the past 20 Academy Awards suggest that Oscar loves actors who play afflicted fictional characters (mentally and/or physically challenged or alcoholic), actresses who play unafflicted fictional characters, and films with concise titles: Actor in a Leading Role (Time, 03/27/2000).

Як відомо, ідеологія політичної коректності не отримує однозначного схвалення. Якщо в середині – кінці 80-х років ХХ століття політична коректність розглядалася швидше як позитивна тенденція, то з початку 90-х з’являється все більше критики [12, с. 8], навколо цього питання розгортаються постійні дебати і виникає певний тип лексики, який, на нашу думку, можна назвати псевдополіткоректними утвореннями (термін наш – Л.Ф). Під псевдополіткоректними розуміємо номінації, конотативний компонент значення яких виражає переважно «зворотню дискримінацію», а емотивно-оцінна модальність сигналізує негативне, гумористичне, часто іронічне суб’єктивне ставлення мовця до феномену політичної коректності та охоплюваних ним реалій. Розглянемо псевдополіткоректні субститути, в яких чітко прослідковується негативна конотація по відношенню до європеїдної раси, традиційної орієнтації, чоловічої статі, зовнішнього вигляду тощо: *oppressor – boy, man; lookism survivor – pretty girl; parasitically oppressed – pregnant; genetically oppressive – white; unpaid sex worker – girlfriend, wife; domestic incarceration survivor – wife; melanin impoverished – white; personality repression – teaching*. В їхньому лексичному значенні практично відсутня раціональна оцінка, сукупність ознак, що відображають властивості позначуваного, тобто «deskриптивний елемент денотації» (термін Телії В.Н. [14, с 16]) об’єктивується досить слабо, тоді як емотивно-модальний компонент є домінуючим, він виражає суб’єктивне ставлення мовця до позначуваного, що проявляється в негативній оцінці денотата і створенні невідповідності між позначаючим і позначуваним, що призводить до викривленого сприйняття дійсності в свідомості реципієнта. Наприклад, денотативний компонент лексеми *wife* складає інформація про те, що це

жінка, яка перебуває у шлюбі з чоловіком (“*wife – the woman that a man is married to*” [18]), в семантиці псевдополіткоректного субститута *unpaid sex worker* ця інформація взагалі відсутня, натомість актуалізуються виключно ознаки, що характеризують жінку як таку, що надає сексуальні послуги, причому безплатно: (*sex worker – a prostitute, used by people who think the word prostitute is slightly impolite or offensive* [18], *a person, typically a woman, who engages in sexual activity for payment* [20]). Таким чином, можна стверджувати, що об’єктивний зміст номінації *wife* практично втрачається при її заміні на *unpaid sex worker*, експресивний компонент конотативного значення якого виражає іронію.

Гумористична конотація характерна для таких псевдополіткоректних утворень як *animal companion – pet; animality – humanity; processed animal carcasses – meat; processed tree carcass – newspaper; stolen non human animal products – eggs, cheese, honey, wool; environmentally correct human – dead*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, у семантиці політично коректних одиниць та псевдополіткоректних утворень прагматичний компонент значення переважає над сигніфікативним та визначає їх прагматичне значення – «інформацію про суб’єктивно-оцінне, емоційне ставлення мовців до денотата» [11, с. 121]. Конотація політично коректних номінацій є переважно нейтральною або позитивною і здебільшого виражає ефект пом’якшення, вуалюції, елевації та позитивації, оскільки політично коректні одиниці замінюють номінації, вживання яких мовець уникає задля певної комунікативної мети. Що стосується конотації псевдополіткоректних субститутів, то вона є негативною, гумористичною або іронічною. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі зовнішніх прагматичних особливостей політкоректної лексики в контексті, тобто дослідженні її в конкретному комунікативному акті, пов’язаному з відповідними прагматичними параметрами (ситуацією мовлення, фактором мовця і адресата, їх фоновими знаннями тощо).

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
2. Бессонова О. Л. Оцінка як семантичний компонент лексичного значення слова: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.19 «Германські мови» / О. Л. Бессонова. – Донецьк, 1995. – 22 с.
3. Вашурина Е. А. Политкорректность как коммуникативная категория современного английского языка (на материале художественных и публицистических текстов) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 – «Германские языки» / Е.А. Вашурина. – Самара, 2011. – 22 с.
4. Великорода В. Б. Семантичні та функціонально-прагматичні характеристики евфемізмів в англійській мові : дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: 10.02.04 / Великорода Віра Богданівна. – Львів, 2008. – 236с.
5. Демуцкая А. В. Сопоставление языковых картин мира в русском и английском языках на примере моделирования внутренних свойств человека через внешность / А. В. Демуцкая // Логический анализ языка. – М. : Изд-во «Индрик», 2004. – С. 162 – 168.
6. Ельмслев Е. Л. Прологомены к теории языка Е. Л. Ельмслев // Новое в лингвистике. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1960. – Вып.1. – С. 264 – 389.
7. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения / Тарас Романович Кияк. – К.: УМК ВО, 1989. – 104 с.
8. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Клименко Ольга Леонідівна. – Запоріжжя, 1999. – 198 с.
9. Коротких Г. И. Функциональный аспект оценочной семантики языковых средств газетной публицистики / Г. И. Коротких // Семантико-стилистические исследования слова и предложения : Межвуз. сб. науч. статей. – Барнаул, 1990. – С. 121–130.
10. Крисанова Т. А. Висловлювання з негативною оцінкою адресата в сучасній англійській мові (комунікативно-прагматичний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. А. Крисанова. – К., 1999. – 20 с.
11. Никитин М. В. Лексическое значение слова / М. В. Никитин. – М. : Высшая школа, 1983. – 128 с.
12. Панин В. В. Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория: автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / В. В. Панин. – Тюмень, 2004. – 19 с.

13. Стефурак Р. І. Асоціативно-образний потенціал внутрішньої форми слова у поетичному тексті (на матеріалі української поезії 60 – 90 років ХХ століття): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : 10.02.01 українська мова / Р. І. Стефурак. – Івано-Франківськ, 2003. – 24 с.
14. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / Вероника Николаевна Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.
15. Худешели Н. П. Структурно-семантические особенности композитных прилагательных американского просторечия / Н. П. Худешели // Проблемы лексической и словообразовательной семантики в современном английском языке: межвуз. сб. науч. трудов. – Пятигорск: ПГПИИЯ, 1986. – С. 49–57.
16. Beard H. The Official Politically Correct Dictionary and Handbook / H. Beard, C. Cerf. – New York: Villard Books, 1993. – 195 p.
17. John Mark Ministries | Pc-Isms [Politically correct Terminology] [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.jmm.org.au/articles/5957.htm>. – Назва з екрану.
18. Macmillan Dictionary [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.macmillandictionary.com/>. – Назва з екрану.
19. Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.merriam-webster.com/>. – Назва з екрану.
20. Oxford Dictionaries [Virtual Resource]. – Access mode: <http://oxforddictionaries.com/>. – Назва з екрану.
21. Politically Correct Dictionary # 1 [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.funny2.com/dictionary.htm>. – Назва з екрану.
22. Politically Correct Dictionary (some old – some new) Southern Maryland Online [Virtual Resource]. – Access mode: <http://forums.somd.com/share-joke/31913-politically-correct-dictionary-some-old-some-new.html>. – Назва з екрану.
23. Politically Incorrect Dictionary – Newspeak Dictionary [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.newspeakdictionary.com/ns-pi.html>. – Назва з екрану.
24. The Free Dictionary: Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus [Virtual Resource]. – Access mode: <http://www.thefreedictionary.com/>. – Назва з екрану.

Федорчук Л. Коннотация как прагматичный компонент значения политически корректных единиц и псевдополиткорректных образований.

В статье рассматриваются различные определения термина "коннотация"; в рамках современного прагматического подхода определяются и противопоставляются особенности коннотации политкорректных единиц и псевдополиткорректных образований, выделяются экспрессивный и оценочный компоненты их коннотативного значения, которые вместе образуют субъективную модальность, которая накладывается на денотативное значение и способствует достижению иллокутивного эффекта смятения вуальции, позитивации, элевации, юмора или иронии. Автор также анализирует основные причины субституции прямых номинаций политически корректными и вводит термин «псевдополиткорректные образования».

Ключевые слова: политически корректные единицы, псевдополиткорректные образования, коннотация, экспрессивность, оценка, субъективная модальность, денотативное значение, иллокутивный эффект.

Fedorchuk L. Connotation as a Pragmatic Component of Meaning in Politically Correct Nominations and Pseudo-Politically Correct Coinages.

The article deals with analyzing various definitions of the term "connotation", defining and contrasting the connotative features of politically correct nominations and pseudo-politically correct coinages within the modern pragmatic approach, singling out the expressive and evaluative components of their connotative meaning. These components, as the author states, form a subjective modality, which is superimposed on the denotative meaning, and contributes to the illocutionary effect of veiling, positivity, elevation, humor or irony. The author also analyzes the main reasons for substituting politically correct nominations for direct ones, and introduces the term "pseudo-politically correct coinages".

Key words: politically correct nominations, pseudo-politically correct coinages, connotation, expressiveness, evaluation, subjective modality, denotative meaning, illocutionary effect.

УДК 811.112.2'373.7:316.47

ВАРІАТИВНІСТЬ МІЖСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН У СИСТЕМІ ФРАЗЕОЛОГІЇ

Досліджено фразеологічні одиниці німецької мови, які об'єднані спільним значенням "міжособистісні відносини". Зокрема, у статті розглядаються особливості семантичної структури фразеологічних одиниць, їх функціонування в мові залежно від вікових, гендерних та соціальних особливостей комунікантів. Досліджено визначальні риси приналежності фразеологічних одиниць (ФО) даної семантичної групи до певного типу міжособистісних відносин. Визначено специфіку ментального відображення у вживанні ФО учасниками комунікативного акту, роль соціальних факторів у вищевленні ФО в мовленні. Проведено аналіз особливостей вибору та утворення фразеологічних одиниць на позначення семантичної групи «міжособистісні відносини» у свідомості та зв'язок відбору досліджуваних виразів із характером людини, її емоційним та психологічним станом. З'ясовано проблеми усвідомлення та знання комунікантами кожного з фразеологізмів, а також зміна та розвиток значення загалом залежно від груп, сфер та терміну вживання.

Ключові слова: міжособистісні відносини, фразеологічна одиниця, гендер, комунікант, семантика, ментальність.

Постановка наукової проблеми. Міжособистісні відносини людей є чи не найяскравішим проявом їх життя та взаємодії. Тому їх різноплановість, варіативність, емоційна наповнюваність, знаходять своє відображення у мові та мовленні, що є культурним та ментальним віддзеркаленням народу. Вивчаючи процес розширення фразеологічного складу мови та проблеми комунікації, все більшого значення набуває вивчення семантики фразеологічних одиниць (далі ФО) та їхнього вживання. Саме правильне та доцільне їх застосування у мовленнєвій ситуації допомагає зробити висловлювання влучним, а комунікативне завдання – завершеним. В контексті сучасної філологічної науки дослідження такого характеру є надзвичайно важливим, оскільки дозволяє розглянути та зрозуміти специфіку та культуру міжособистісної комунікації в поєднанні з національними, соціальними та психологічними особливостями носіїв мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Семантична група «міжособистісні відносини», як лінгвістичне, психологічне явище відображаються в мові за допомогою слів та фразеологізмів. В ідеальному денотаті ФО (Г.В. Колшанський, В.Н. Телія) зберігається гносеологічний зв'язок з об'єктивними ознаками, характеристиками відносин, ставлення людей один до одного, які виражені досліджуваними ФО [5]. Літвінова М.М. розглядає семантичну структуру ФО, що складається з інформаційних блоків (макрокомпонентів): граматичного, денотативного, мотиваційно-образного, емотивного, функціонально-стилістичного, лінгвокультурного, кожен з яких має семну структуру. Обов'язковими елементами семантичної структури ФО є граматичний, денотативний, емотивний і функціонально-стилістичний макрокомпоненти, мотиваційно-образний та лінгвокультурний блоки мають факультативний характер [5]. Усі ці досліджені фактори у своєму поєднанні дозволяють зрозуміти специфіку проблеми та продовжити дослідження у заданому руслі.

Для того, щоб дослідити вибір та утворення фразеологічних одиниць на позначення семантичної групи «міжособистісні відносини» у свідомості людини та зв'язок відбору фразеологічних виразів із психологічними особливостями людини, проведено дослідження, в якому висвітлювалося знання/ вживання комунікантами кожного із фразеологізмів.

Метою дослідження означено розглянути семантичні зв'язки фразеологічних одиниць у міжособистісних відносинах серед представників різних вікових, гендерних та соціальних груп носіїв мови, прослідкувати розвиток, вживаність та популярність досліджуваних фразеологізмів серед людей різного віку та статі, а також правильність та варіативність розуміння ними виразів

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У межах дослідження здійснювалося опитування серед носіїв німецької мови різного віку та статі

на предмет вживання фразеологічних одиниць на позначення міжособистісних відносин. ФО були підбрані із різноманітних періодів згідно виникнення та походження, розбіжності стильового вибору. Особлива увага зверталася на емоції та почуття, які виражаються за допомогою запропонованих ФО. Заданою метою передбачено завдання дослідити вікові особливості вживання тих чи інших фразеологічних одиниць на позначення міжособистісних відносин (ФОМВ), їх актуальність у даний період часу, можливу зміну значення у синхронічному розвитку, інтенції комунікантів в ході вживання поданих ФО (мета вживання, особисте позитивне або негативне/амбівалентне сприйняття), так-звані «улюблені» вирази.

Оскільки фразеологічні одиниці у будь-якій мові несуть собою ментальне, культурне відображення, народу, його характер, психологію та духовні особливості, тому і запропонований список ФОМВ спрямований на те, щоб повною мірою висвітлити кожен із особливостей виникнення. До нього входять ФО, які беруть початок із витоків розвитку німецького фольклору, наприклад: *einen Korb geben / bekommen* – „jemanden zurückweisen / zurückgewiesen werden“, *einen Eiertanz aufführen* – „sich winden; etwas verdecken / verheimlichen“, періоду Середніх віків та Просвітництва: *jemandem den Hof machen* – „eine Liebesbeziehung mit jemandem anstreben; flirten“, *für jemanden eine Lanze brechen* – „sich für jemanden / etwas einsetzen; jemanden / etwas unterstützen“, ФО біблійного походження: *Perlen vor die Säue werfen* – „jemandem etwas geben oder zubilligen, was eigentlich viel zu gut für ihn ist“, ФО, які своїм виникненням завдячують сучасності, наприклад: *jemanden zur Schnecke machen* – „jemanden beschimpfen / unterdrücken“, *jemanden durch den Kakao ziehen* – „sich über jemanden / etwas lustig machen“, *auf den Keks gehen* – „jemandem auf die Nerven gehen; lästig werden“.

Остання група ФО характерна тим, що на часове походження виокремлюється ключовим компонентом даних ФО, поняття якого виникло вже в ході останніх століть та зумовило значення цілого нового фразеологізму. Деякі часто фразеологічні одиниці в ході розвитку змінюють або доповнюють компоненти у своїй структурі та модернізують компонентний склад та значення у мовленні. Так, наприклад, ФО *Schmetterlinge im Bauch haben* – „glücklich / aufgeregt sein; sich leicht fühlen; verliebt sein“ з часом доповнив (взаємозамінив) один з компонентів іншим: *Flugzeuge im Bauch haben*.

Предметом були обрані також стилістичні особливості вживання ФО. Так, у групі фразеологічних одиниць, які означають міжособистісні відносини, більшість ФО спрямована на розмовний стиль мовлення, наприклад: *jemanden nicht riechen können* – „jemanden unsympathisch finden; jemanden nicht (mehr) leiden können; Abneigung zu jemanden empfinden“, *aus den Pantinen kippen* – „verblüfft / sehr erstaunt sein“, *Bahnhof verstehen* – „etwas nicht verstehen / begreifen“, *jemanden zur Schnecke machen* – „jemanden beschimpfen / unterdrücken“. Лише незначна кількість використовується в художньому стилі, наприклад: *Herz und Seele sein* – „sehr eng verbunden / die besten Freunde sein“, *jemandem reinen Wein einschenken* – „jemandem die (unangenehme) Wahrheit sagen“. Так слід стверджувати, що з розвитком (чи так занепадом мови) все більшої популярності набуває розмовний стиль. Цьому слугують особливості вираження міжособистісних відносин, а саме їх експресивність та усна форма, де художній стиль не є обов'язковим, а становить лише одну з умов письмового викладу інформації. У

У процесі аналізу актуальності ФОМВ виявлено, що більшість носіїв німецької мови не тільки не вживають, а дуже часто не знають значення певних фразеологічних виразів. Так, наприклад, ФОМВ *einen Eiertanz aufführen, jemanden über den Löffel barbieren, den Bock zum Gärtner machen* є невідомими для більшості німців не залежної від статевої приналежності.

Якщо розглядати фразеологічні вирази у гендерному аспекті, більшість німецькомовних чоловіків різного віку не володіє інформацією щодо значення таких ФО, як *für jemanden eine Lanze brechen, jemandem reinen Wein einschenken, jemanden an die Kandare nehmen, aus den Pantinen kippen*. Шукаючи пояснення такій непопулярності вище згаданих ФО, можна припустити щонайменше два висновки. Так, наприклад, для ФО *für jemanden eine Lanze brechen* – «sich für jemanden / etwas einsetzen» (ручатися за когось/щось, підтримувати) першим ймовірним варіантом непопулярності є соціально зумовлена неготовність до дій, означених фразеологічним виразом, сконцентрованість перш за все на власній особі, а не на можливості «принести себе в жертву» заради інших. Ішою ж причиною є архаїчність кожного з компонентів фразеологізму,

адже ключовий компонент „Lanze“, як поняття, бере початок ще у 17ому столітті. „Lanze“ (спис) використовувався основною зброєю у лицарських турнірах. Спис противника повенен був при цьому якомога сильніше пробити захисний щит. Зброєносець готував тоді новий щит до озброєння і клав супернику в руку. Старонімецький закон передбачав також особистий двобій для визначення переможця. Тоді було неважливим, чи суперник бореться за себе чи за інших, за свою сім'ю, родину, дружину. Звідси походить і значення „за когось заступитись, поручитись“ [8]. З часом та із забуттям поняття „Lanze“ і пов'язаних з ним традицій актуальність фразеологічної одиниці в цілому поступово втратилася. Це стосується також виразу *jemanden an die Kandare nehmen* – „jemanden zurechtweisen / disziplinieren“, в якому ключове слово „Kandare“ - позначає мундштук на вуздечці коня для керування ним [8]. Хоча в даному випадку вираз вважається не стільки застарілим, скільки вживаним лише у вузьких колах комунікантів.

Проте стереотипи архаїчності руйнує позиція в мовленні так-званих «улюблених виразів», які виникли декілька століть тому, успішно існували протягом багатьох віків, продовжують існувати досі та залишаються в числі «улюблених» у молодого покоління німецького суспільства. Наприклад, ФО *Daumen drücken* – „тримати кулаки“ (дослівно: тиснути великий палець) бере свій початок ще з часів Давньої Греції. Затиснутий великий палець в стародавньому Римі вважався знаком помилування публіки у гладіаторських боях. Гладіатор, який програв бій, міг просити помилування в народі через свій піднятий догори палець. Якщо народ бажав смерті гладіатора, він витягував великий палець. Сигналом помилування був стиснутий кулак і втягнений у ньому великий палець. Цей жест так і назвали "pollicem premere" (*Daumen drücken*) – «тиснути кулаки». Затриманий великий палець згадується також (з аналогічним значенням) у німецьких народних повір'ях, у яких пальці символізували злих духів. Найбільшою магічною силою володів великий палець. Тому завданням інших духів (пальців) служило стимувати в своїй силі великий палець, щоб перешкодити негативному впливу на наміри людини [8].

Якщо глибше торкнутися вікових та гендерних особливостей, цікавим є той факт, що юнаки віком 20-30 років не знають значення виразу *unter dem Pantoffel stehen*. Підходячи до цього факту з психолінгвістичної точки зору, та розглядаючи вживаність ФО із позиції міжособистісних відносин, які вони позначають, напрошується висновок про заперечення явища надмірного впливу емансипації на чоловіків у німецькому суспільстві, принаймні у їх молодому віці, або ж відіграє свою визначальну роль факт пізнього одруження чоловіків у Німеччині.

Розглядаючи особливості вживання ФОМВ у широкому віковому аспекті, зауважимо, що ФО біблійного походження, наприклад, *Perlen vor die Säue werfen* користуються досить обмеженою популярністю серед носіїв німецької мови, що пояснюється високою релігійною роздробленістю громадян та відносно низькою популярністю Біблії, як книги.

Щодо найбільш вживаних ФОМВ, „улюбленими“ серед німців вважаються вирази на тему відносин кохання, дружби. Це значною мірою відображає духовно-ментальну картину суспільства, наприклад: *die Welt umarmen, Flugzeuge/Schmetterlinge im Bauch haben, j-n ins Herz schließen, Herz und Seele sein*. Суто жіночими «улюбленцями» визначено ФО: *jemandem reinen Wein einschenken* - „jemandem die (unangenehme) Wahrheit sagen“, *Butter bei die Fische geben* - „Aufforderung, Klartext zu reden / die Wahrheit zu sagen“, які доводять нас до відома, що німецькі жінки не тільки цінують любов та дружбу, а ще є досить правдолюбивими натурами. У цьому аспекті виділено лише гендерні розбіжності, вік особливого значення не має. Проте чоловіча стать молодого віку виділяється серед старшого покоління чоловіків своїм вибором та стилем улюблених фразеологічних виразів, окрім *Daumen drücken* до їхніх фаворитів належать такі ФО, як: *jemanden an der Nase herumführen* - „jemanden nasführen / narren / täuschen“, *jemanden durch den Kakao ziehen* - „sich über jemanden / etwas lustig machen“, *jemandem den Hof machen* - „eine Liebesbeziehung mit jemandem anstreben; flirten“, що ще раз доводить вибір та формування ФО згідно інтересів, світогляду та цінностей особистості.

Унаслідок аналізу відношення чоловіків та жінок до значення певних ФОМВ, було досліджено, що в окремих випадках чоловіки та жінки сприймають один і той самий фразеологізм по-різному. Так, до виразу *den Kopf verlieren* (втратити голову) жінки

висловлюють позитивну оцінку, чоловіки ж навпаки – здебільшого негативну, що говорить про раціональність і розсудливість чоловічого мислення та жіночу емоційність.

Крім володіння явною емоційністю жінки також вважаються більш активними особами, ніж чоловіки, принаймні у виборі так-званих „спонукальних“ ФО. Так, майже усі жінки вважають ФО *den Bock zum Gärtner machen* – позитивним, деякі навіть долучають його до улюблених, чоловіки ж майже у повному складі позначають даний вираз негативним, та окрема їх кількість не знає його значення взагалі.

Для протиставлення з вище згаданими ФО чоловіки позитивно відзначають фразеологічний вираз *jemandem Honig ums Maul schmieren* („jemandem schmeicheln“, дослівно: „мастити комусь рот медом“) в той час, коли жінки-правдолюби сприймають його абсолютно негативно, що говорить про відповідний вплив гендерно розбіжної психології обох статей на формування та вживання фразеологічних одиниць у мовленні.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Аналізуючи міжособистісні відносини між різними соціальними, гендерними та віковими групами у варіації їх видів (а саме дружні, приятельські, ділові відносини), слід підтвердити той факт, що майже кожна фразеологічна одиниця на позначення досліджуваної семантичної групи формується на основі певного почуття та слугує для вираження тої чи іншої людської емоції через ставлення. Вибір та формування фразеологічної одиниці між комунікантами безпосередньо залежить від психологічного та емоційного стану мовців, що дозволяє передати не лише інформативний діалог учасників, але й їх настрій, інтенції, характер та ментальність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гамзюк М. В. Емотивність фразеологічної системи німецької мови (досвід дослідження в синхронії та діахронії) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / М. В. Гамзюк. – К., 2001. – 19 с.
2. Літвінова М. М. Семантичні властивості фразеологічних одиниць зі значенням рис характеру людини (на матеріалі німецької мови XIX-XX ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / М. М. Літвінова. – Х., 2004. – 20 с.
3. Селіванова О.О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія / О.О. Селіванова. – К. – Черкаси : Брама, 2004. – 276 с.
4. Синельникова Л. Н. Введение в лингвистическую гендерологию. Материалы к спецкурсу / Л.Н.Синельникова, Г. Ю. Богданович. – Симферополь, 2001. - 284 с.
5. Телия В.М. Вторинна номінація і його види / В.Н.Телия // Мовна номінація. Види найменувань. – М. : Наука, 1977. – С. 129–221.
6. Burger H. Phraseologie. Eine Einfhruung am Beispiel des Deutschen. 2. bearbeitete Auflage. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2003. – 214 S.
7. Müller K. Lexikon der Redensarten / Klaus Müller. – Bertelsmann Lexikon-Verlag, 1994. – 781 S.
8. Redensarten-Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.redensarten-index.de/>

Фисяк И. Вариативность межличностных отношений в системе фразеологии.

Статья посвящена исследованию фразеологических единиц немецкого языка, объединёнными общим значением "межличностные отношения". В частности, в статье рассматриваются особенности семантической структуры фразеологических единиц, их функционирование в языке в зависимости от возрастных, гендерных и социальных различностей коммуникантов. Исследуются определяющие черты принадлежности фразеологических единиц (ФЕ) данной группы к определённому типу межличностных отношений. В ходе исследования выделяется специфика ментального отражения в употреблении ФЕ участниками коммуникативного акта, роль социальных факторов проявления ФЕ в речи. Проводится анализ особенностей выбора и образования фразеологических единиц на обозначение семантической группы «межличностные отношения» в сознании и связь отбора исследуемых излечений с характером человека, его эмоциональным и психологическим состоянием. Исследуются проблемы осознания и знания коммуникантами каждого из фразеологизмов, а также изменения и развития значения в целом в зависимости от групп, сфер и терминов употребления.

Ключевые слова: межличностные отношения, фразеологическая единица, гендер, коммуникант. Семантика, ментальность.

Fisiak I. Variability of Interpersonal Relations in the Phraseology.

The article is devoted to the phraseological units in German, combined with a common meaning "interpersonal relations." The particularities of semantic structure of phraseological units, their function in the language depending on age, gender and social differences of the communicants are investigated in the

article. Defining main features of the accessory phraseological units of the group to a particular type of interpersonal relations, specifics of the mental reflection in the phraseological units, influence and role of social factors in the choice of phraseological units in communication are considered. The analysis of the choice formation features of the phraseological units denoting semantic group "interpersonal relations" in the people's consciousness, reference of the following choice concerning researched expressions to the nature of people, to their emotional and psychological state. The problems of understanding and knowledge of each phraseological expression, as well as alteration and development of the meaning as whole according to groups, fields and terms of its use are investigated in the article.

Key words: *interpersonal relations, phraseological unit, gender, communicant, semantics, mentality.*

Оксана Черноус
(Кіровоград)

УДК 81'373.21(477.65)

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТИПИ ОЙКОНІМІВ КІРОВОГРАДСЬКОГО РАЙОНУ

Розглянуті лексико-семантичні особливості назв населених пунктів Кіровоградського району, зафіксовані в сучасних джерелах адміністративно-територіального поділу. Визначено, що місцевий ойконімний фонд презентований відапелятивними та відонімними одиницями з кількісною перевагою останніх. Базою для 38,7% онімів стали загальногеографічні назви, поняття культурно-історичного характеру, а також лексеми на позначення особливостей природно-географічного комплексу регіону. Решта ойконімів утворена від онімів різних класів – антропонімів, гідронімів, топонімів. 3-поміж них найчисельнішою є група назв, що мають у своїй основі імена або прізвища засновників чи власників цих населених пунктів – 52%. Дослідження історії формування місцевого ойконімікону підтвердило факти однойменності населених пунктів, для розрізнення яких зазначалися топографічний орієнтир і неофіційні назви або прізвище власника. Також зафіксовані випадки ойконімної антонімії у складних назвах, при цьому в протиставні відношення вступають значення лише перших компонентів, виражених якісним прикметником.

Ключові слова: *ойконім, відапелятивний ойконім, відонімний ойконім, відантропонімний ойконім, відгідронімний ойконім, відтопонімний ойконім, ойконімна омонімія, ойконімна антонімія.*

Постановка наукової проблеми. Дослідження регіональних ойконімних систем є одним із пріоритетних завдань сучасної української та зарубіжної ономастики, оскільки одержані результати дозволять створити цілісну картину ойконімного фонду, його особливостей в історичному, етимологічному, лексико-семантичному, структурному, граматичному аспектах. Саме цим, на нашу думку, пояснюється надзвичайний науковий інтерес як авторитетних мовознавців, так і молодих ономастів до ойконімів різних етнографічних або територіально-адміністративних регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Об'єктами ґрунтовного лінгвістичного вивчення були назви населених пунктів різних часових меж та територій, зокрема Покуття (Д. Бучко), Буковини й Одещини (Ю. Карпенко), Волині (В. Шульгач), Рівненщини (Я. Пура), Прикарпаття (М. Габорака), Опілля (В. Котович), Черкащини (І. Гонца), Сумщини (Т. Поляруш, О. Іваненко), Дніпро-Бузького межиріччя (В. Лобода), Південно-Західного Поділля (М. Торчинський), Львівщини (Є. Черняхівська), Івано-Франківщини (В. Яцій), Полтавщини (А. Лисенко), Північної Хмельниччини (Н. Герета), Північної Тернопільщини (І. Волянюк). Водночас ойконімна система сучасної Кіровоградщини залишається ще недостатньо вивченою, хоча деякі комплексні дослідження ґрунтуються на ойконімах усієї етномовної території або окремих лексико-структурних типах всіх українських ойконімів, наприклад, назви поселень із формантами -ець, -иця (Н. Михайличенко), -івці, -инці (Д. Бучко), -ин, -ів (З. Купчинська), -ани, -яни (І. Царалунга), -*'ь (-*'а, -*'е) (Л. Радьо), -щина (Т. Поляруш). Отже, необхідність спеціального вивчення назв населених пунктів сучасного Кіровоградського району й зумовлюють актуальність пропонованої розвідки.

Об'єктом аналізу є ойконіми Кіровоградського району Кіровоградської області, зафіксовані в сучасних джерелах адміністративно-територіального поділу. **Метою** наукової розвідки є дослідження лексико-семантичних особливостей ойконімів означеного географічного ареалу, аналіз ойконімних омонімів та ойконімних антонімів, статистична організація місцевого ойконімікону. **Джерельною базою** нашого дослідження слугували довідники з адміністративно-територіального поділу України, Списки населених пунктів Херсонської губернії 1859 р., 1868 р., 1896 р., Списки землевласників Єлисаветградського уїзду 1908–1909 рр., Матеріали для оцінки земель Херсонської губернії, а також картографічні матеріали, з-поміж яких особливу цінність становлять військово-топографічні карти 1868 р. З метою аналізу зібраного матеріалу використовувалися краєзнавчі енциклопедії, різноманітні географічні, тлумачні, ономастичні словники, результати дисертаційних робіт з ономастики та історії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Аналіз зібраного фактичного матеріалу дозволив виділити дві основні групи назв, кожна з яких має характерні кількісно-якісні особливості, – відапелятивні та відонімні ойконіми.

До *відапелятивного* фонду ойконімів Кіровоградського району зараховуємо: (1) загальногеографічні назви, в межах яких виділяємо ойконіми-орієнтири та назви з атрибутивним компонентом; (2) назви, що відображають особливості природно-географічного комплексу; (3) ойконіми, мотивовані лексемами культурно-історичного характеру.

Ойконіми-орієнтири. До ойконімів-орієнтирів традиційно зараховують назви, які характеризують особливості географічного або топографічного положення населеного пункту щодо певних суміжних об'єктів. При цьому ознака, за якою був іменованний об'єкт, має бути доміантною в ландшафті, мати винятковий характер [4, с. 8]. У деяких дослідженнях конкретизується, що такі назви утворювалися за допомогою префіксів, які первісно були приїменниками і вказували на місце розташування поселення [6]. До таких належить ойконім **Підгайці** (1,3 %), який хронологічно є новим утворенням в ойконімному фонді аналізованого району. У ХХ ст. ним було замінено історичну назву цього населеного пункту – **Велика Мамайка** (> р. Мамайка). Імовірно, за радянських часів мотивом для вибору назви слугував місцевий гай-орієнтир, тобто «невеликий, переважно листяний ліс» [7, с. 15].

Назви з атрибутивним компонентом. До таких належать оніми, що характеризують за допомогою атрибутивного компонента характер місцевості, ландшафт [4, с. 8], належність якогось географічного об'єкта, особливості функціонування тощо. Ойконімний фонд Кіровоградського району включає 5 таких одиниць (6,7 %): **Високі Байраки, Зелений Гай, Миколаївські Сади, Парацине Поле, Червоний Кут**.

Атрибутивні компоненти у зафіксованих ойконімах можуть вказувати на: (1) особливості ландшафту: **Високі Байраки, Зелений Гай, Червоний Кут, Червоний Яр**. У семантиці таких ойконімів міститься додаткова вказівка на розміри – «високий» (**Високі Байраки**), кольоровий спектр – «зелений», «червоний» (**Зелений Гай, Червоний Кут**) географічного об'єкта (байрак, гай, кут, яр); (2) належність основного об'єкта якійсь особі: **Миколаївські Сади, Парацине Поле**.

Ойконіми, що відображають особливості природно-географічного комплексу.

В ойконіміконі Кіровоградського району такі назви становлять групу з 10 онімів (13,3 %): **Верхівці, Гайвка, Калинівка, Липове, Лісне, Макове, Оситняжка, Привілля, Степове, Черняхівка**. Семантика основ цих ойконімів відображає особливості природно-географічного комплексу, в якому виникли означені населені пункти.

Територія сучасного Кіровоградського району є частиною степової зони України, тобто значної за площею рівнини, незахищеної високими горами. Ця особливість ландшафту стала мотиваційною основою для назв сіл **Привілля** та **Степове**. За тлумачним словником поняття *привілля* визначене як «широке, просторе місце, безмежний простір», що фактично описує місцевість усього Кіровоградського району [10, с. 574]. Схожу семантику має апелятив *степ*: «великий безлісий, вкритий трав'янистою рослинністю, рівнинний простір у зоні сухого клімату» [11, с. 686]. Зауважимо, що семантика обох ойконімів вказує не на якийсь конкретний об'єкт у ландшафті, а окреслює його загальну характеристику.

Прикметною ознакою цієї природно-географічної зони є відсутність великих лісових масивів. На цій території переважає деревна рослинність, що спостерігається на берегах рік,

озер, схилах балок, ярів тощо. Фактично будь-які більш-менш значні лісові насадження в минулому виконували функцію орієнтиру на місцевості. Це може бути однією з причин вибору назв із такою семантикою для новоутворених або при перейменуванні вже наявних населених пунктів. В ойконімній лексиці району презентовано два ойконіми, що семантично мотивовані назвами деревної рослинності – *Гайвка, Лісне*. Село *Гайвка* було засноване в 1910-1911 рр. переселенцями з Київської губернії та навколишніх сіл *Аджамки, Високих Байраків, Покровського* [5, с. 361]. Так само новим в адміністративно-територіальному устрої Кіровоградського району є с. *Лісне*.

Семантику, пов'язану з назвою конкретного роду дерев, має ойконім *Липове* (> липа – «дерево з серцеподібним зубчастим листям і жовтим пахучим медоносним цвітом» [8, с. 487]). Але оскільки він є вторинним і з'явився за радянських часів після перейменування с. *Олександрівки* (лексичні варіанти – *Соколівка, Мала Соколівка*), то щодо мотивації вибору саме такої назви можна робити лише певні припущення, наприклад, існування значних липових насаджень в межах або поблизу населеного пункту тощо.

Відображення характерних ознак ландшафту, а саме поширеність лісової, трав'яної, болотяної рослинності, якою вкриті численні балки та яри, фіксуємо в семантиці ойконімів *Макове, Оситняжка, Калинівка*. Перший мотивований лексемою «мак», що позначає «трав'янисту рослину з довгим стеблом і великими квітками ...» [8, с. 601]. В основі другого – поняття «оситняк», тобто «багаторічна або однорічна рослина родини ситникових, схожа на очерет» [9, с. 762]. Джерелом для творення ойконіма *Калинівка* є апелятив *калина* – «плодовий і декоративний чагарник» [8, с. 76].

Ойконіми, мотивовані лексемами культурно-історичного характеру. Означена група презентована 13-ма онімами (17,3 %): *Веселівка, Вільне, Зоря, Мальовниче, Могутнє, Молодецьке, Неопалимівка, Обознівка, Первозванівка, Покровське, Попівка, Сонячне, Українка*. За семантикою зафіксовані ойконіми можна поділити на кілька підгруп: (1) оніми, що мають в своїй основі якісну характеристику: *Веселівка* < «веселий», *Вільне* < «вільний», *Могутнє* < «могутній», *Неопалимівка* < «неопалимий», *Молодецьке* < «молодечий», *Мальовниче* < «мальовничий»; (2) оніми, мотивовані явищами атмосфери: *Зоря, Сонячне*; (3) оніми, мотивовані родом занять: *Обознівка* < «обозний» (посада), *Попівка* < «піп» (духовне звання); (4) оніми, що мають в своїй основі соціально-культурні поняття: *Покровське, Українка*, можливо, *Первозванівка*.

Ойконіми, що походять від онімів різних класів. У межах цієї групи аналізуємо ойконіми, засвідчені в довіднику адміністративно-територіального устрою Кіровоградського району станом на 01 вересня 2013 р. [1]. Усі зафіксовані назви відонімного походження становлять 61,3 %. Їх можна поділити на відантропонімні, відгідронімні та відтопонімні.

До *відантропонімних* зараховуємо оніми, основа яких мотивована особовим іменем або прізвиськом засновника поселення чи його власника. Зазвичай це назви у формі однини, утворені від конкретних антропонімів з додаванням онімотворчого форманта – найчастіше суфікса -івк(а), рідше – -ов(е), -ськ(е). У місцевому ойконімному фонді ця група є найбільшою за обсягом – усього 39 назв (52 %). Із них 23 оніми походять від церковно-християнських імен (30,7 %): чоловічих – *Аврамівка, Володимирівка, Григорівка, Іванівка, Миколаївка, Миронівка, Назарівка, Нова Павлівка, Нововолодимирівка, Новогригорівка, Новоолександрівка, Новопетрівка, Овсяниківка, Олександрівка, Олексіївка, Павло-Миколаївка, Петрове, Федорівка* (18 одиниць); жіночих – *Ганнинське, Дар'ївка, Катеринівка, Оленівка, Олено-Косогорівка* (5 одиниць).

Твірною основою 12 ойконімів є прізвиська засновника або власника населеного пункту (16 %): *Андросове, Бережинка, Вишняківка, Демешкове, Кандаурове, Клинци, Корлюгівка, Медерове, Рожнятівка, Сосонівка, Соколівське, Шостаківка*.

Такі складні за структурою ойконіми, як *Любо-Надеждівка, Івано-Благодатне*, умовно кваліфікуємо як відантропонімні, оскільки одним із компонентів є особове ім'я (Надія, Іван), а другим – субстантивований прикметник (любий, благодатний) (2,7 %). До відантропонімних належить також ойконім *Крупське*, проте в цьому випадку не йдеться про належність номінованого об'єкта конкретній особі (село заснували переселенці з Прусії у 1792 р.). На нашу

думку, цей онім має ідеологічно-меморіальну мотивацію, що підтверджується часом його виникнення – середина ХХ ст. Це стосується й ойконіма *Шевченкове*, який так само належить до меморіальних відносно нових утворень в ойконімному фонді району.

Отже, оніми, мотивовані прізвищем з ідеологічно-меморіальною метою, становлять 2,7 % від усіх зафіксованих.

Відгідронімні ойконіми презентовані меншою кількістю одиниць – усього 4 назви (5,3 %). Оніми цієї групи формувалися способом метонімії – перенесення назви річки на поселення, що виникло поруч. У результаті утворилися такі ойконіми, як *Адджамка* > р. Адджамка, *Велика Северинка* > р. Северинка, *Грузьке* > р. Грузька, *Осикувате* > р. Осиковита.

Відтопонімні ойконіми. До складу цієї групи зараховуємо три оніми (4 %), мотивовані назвами об'єкта рельєфу земної поверхні. Зауважимо, що всі зафіксовані відтопонімні ойконіми в своїй основі мають назви місцевих балок: *Червоний Яр* < балка Червона, *Лозуватка* < балка Лозуватка, *Безводня* < балка Безводня.

Ойконімна омонімія. Ойконімний фонд Кіровоградського району презентує також групу онімів, які були використані для називання одразу кількох населених пунктів. Однойменність в ойконімії Кіровоградщини є досить поширеним явищем, і Кіровоградський район не виняток. У списках населених пунктів Херсонської губернії, складених у ХІХ ст. для розрізнення та уточнення місцезнаходження того чи того поселення з однаковими назвами зазначалися топографічний орієнтир та неофіційні назви або прізвище власника. Так, на території аналізованого району існували два села під назвою *Лозватка*: с. *Лозватка (Резанова)* при р. Лозватка та с. *Лозватка* при балці Лозватка. У зв'язку з ліквідацією першого поселення, у сучасному адміністративно-територіальному поділі району залишився лише один населений пункт під такою назвою. Інший приклад топонімної омонімії – ойконім *Високі Байраки*. Для уникнення сплутування назву доповнювали уточненням зі вказівкою на прізвище власника та ім'я засновника: *Високі Байраки (Касьянівка)* – *Високі Байраки (Олександрівка, Андросова)*. Після перейменування другого із сіл на *Андросове* ойконімна омонімія зникла. З цими ж населеними пунктами пов'язаний інший випадок ойконімної омонімії. З метою розрізнення однойменних сіл *Високі Байраки* використовувалася назва *Олександрівка* на позначення другого із них, що спричинило появу омонімії у назві з іншими населеним пунктом: *Олександрівка 1 (Андросова, Високі Байраки)* – *Олександрівка 2 (Роженатовського, Тележинка)*. Уточнювальним компонентом були цифрові позначення, а також вказівки на прізвище власника. На сьогодні обидва села перейменовано, тому в місцевому ойконіміконі замість одного оніма *Олександрівка* функціонують два – *Андросове* та *Роженятівка*. На території аналізованого району в ХІХ ст. існували також дві *Оленівки*: *Оленівка (Стратемировича)* – *Оленівка (Гезейнова)*. У цьому випадку також конкретизували локалізацію поселення за допомогою прізвища власника. Омонімія в назвах цих населених пунктів не збереглася до нашого часу у зв'язку зі злиттям двох сусідніх сіл – *Оленівки (Стратемировича)* та *Косогорівки*, після чого ойконімний фонд регіону поповнився складним онімом *Олено-Косогорівка*. Окрім уже означених, згідно з переліком населених пунктів Херсонської губернії станом на 1859 р. однойменними були також с. *Велика Северинка* при р. Северинка та с. *Велика Северинка* при р. Інгул. У сучасних джерелах зафіксовано лише один населений пункт з такою назвою, тож омонімія відсутня. Те саме стосується ойконіма *Іванівка*. Розпізнавання кількох однойменних об'єктів відбувалося за допомогою додаткової вказівки на прізвище власника та цифрового позначення: *Іванівка 1 (Нотбекова)* та *Іванівка 2 (Хандакова)*. З часом *Іванівка 1 (Селевіна)* та *Іванівка 2 (Хандакова)* були об'єднані, а за радянських часів для уникнення омонімії перейменовані на *Могутнє*.

Отже, явище топонімної омонімії було характерною ознакою ойконімікону Кіровоградського району в ХІХ ст., натомість у ХХ-ХХІ ст. в офіційних джерелах воно відсутнє.

Ойконімна антонімія. Окрім онімних, деякі власні назви мають антонімні відношення. В основі такого протиставлення лежить протилежність позначуваних ними об'єктів за різними ознаками: форма, розміри, локалізація тощо. При цьому антонімічними можна вважати не лише лексеми з протиставними співвідносними значеннями, але й словотвірні (спирається на

антонімічність морфем) та граматичні протилежності (ґрунтується на антонімічності різних граматичних категорій).

Лексико-семантична антонімія засвідчена лише в складених назвах: *Аджамка (Велика, Пікінерна) – Мала* або *Гусарська Аджамка (Субботець)* (сучасне с. *Суботці* Знам'янського району Кіровоградської області); *Велика Северинка – Мала Северинка, Мала Мамайка – Велика Мамайка* (сучасне с. *Підгайці*), *Нижня Созонівка – Верхня Созонівка, Велика Соколівка – Мала Соколівка, Соколівка* (сучасне с. *Липове*). Аналіз їхніх складових виявив, що в протиставні відношення вступають значення лише перших компонентів, виражених якісним прикметником. У чотирьох випадках протиставлення відбувається за ознакою «розмір позначуваного об'єкта»: *Велика Аджамка – Мала Аджамка, Велика Северинка – Мала Северинка, Велика Мамайка – Мала Мамайка, Велика Соколівка – Мала Соколівка*. За ознакою «локалізація об'єкта» антонімічні значення виражають ойконіми *Нижня Созонівка* й *Верхня Созонівка*.

Окрім цього, можна виокремити групу ойконімів, у яких прикметник виступає без протилежного члена. До таких належить онім *Високі Байраки*. Зауважимо, що в історичних джерелах назва цього поселення зафіксована як *Вищі Буєраки* [5, с. 349], тому, імовірно, семантика компонента «високі» вказує не стільки на розмір, скільки на локалізацію. Оскільки у фактичних матеріалах відсутні будь-які вказівки на існування поселення з назвою, семантика якої виражає антонімічні відношення, то зараховуємо ойконім *Високі Байраки* саме до цієї групи.

В ойконімній системі аналізованого району також спостерігаються поєднання в антонімічні пари онімів, компоненти яких у загальноживаній лексиці не є антонімами. Ідеться про сучасні села *Аджамка* та *Суботці*, які в минулому називалися як *Пікінерна Аджамка* та *Гусарська Аджамка*. Появу такої онімної опозиції спричинив екстралінгвальний чинник, а саме військово-політичні події, що відбувалися на Єлисаветградщині в другій половині XVIII ст.: 1764 р. були скасовані Нова Сербія і Слобідський козацький полк, а військові одиниці трансформовані. На базі слов'яносербського полку був організований чорний гусарський полк, 14 рота якого локалізувалася в с. *Аджамський шанець*, інша назва – *Суботці* [12]. Очевидно, що згодом з'явився ойконім *Гусарська Аджамка*. Одночасно реформували й український новокозацький полк, замість якого був утворений Єлисаветградський пікінерний полк. До територій цієї військової одиниці увійшла *Велика Аджамка*, а в місцевому ойконіміконі поширився онім *Пікінерна Аджамка*. Обидві військові одиниці займали різні землі, виконували різні функції, відрізнялися етнічним складом тощо, тобто протиставлялися одне одному. Відповідно й утворені на їхніх територіях населені пункти в своїх назвах презентували таке протиставлення.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, ойконімний фонд Кіровоградського району презентований як відапелятивними, так і відонімними одиницями, при цьому кількісна перевага належить другим (38,7 % і 60,3 % відповідно). У межах кожної з груп домінантним є лише один лексико-семантичний тип: з-поміж відапелятивів – це ойконіми, мотивовані лексемами культурно-історичного характеру (17,3 %), у частці відонімних – відантропоніми (52 %), зокрема такі, що мають у своїй основі церковно-християнські імена (30,7 %). У місцевому ойконіміконі засвідчені також явища ойконімної омонімії та антонімії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адміністративно-територіальний устрій [Електронний ресурс] / Офіційний портал Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://static.rada.gov.ua/zakon/new/NEWSAIT/ADM/zmist.html> – Назва з екрану.
2. Бучко Д. Г. Походження назв населених пунктів Покуття / Д. Г. Бучко. – Львів : Світ, 1990. – 143 с.
3. Воляннюк І. Ойконіми Північної Тернопільщини зі слов'янськими іменами в основах / І. Воляннюк // Вісник Львівського університету. Серія філол. – 2009. – Вип. 46. – Ч. II. – С. 162-171.
4. Іваненко О. В. Походження назв населених пунктів Сумської області: Автореф. дис ... канд. філол. наук: 10.02.01 / О. В. Іваненко. – К., 2006. – 20 с.
5. Історія міст і сіл Української РСР. Кіровоградська область. – К. : Головна редакція УРЕ АН УРСР, 1972. – 816 с.
6. Котович В. В. Ойконімія Опілля XII-XX ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Віра Василівна Котович. – Івано-Франківськ, 2000. – 20 с.
7. Словник української мови. В 11 т. Т. 2 : Г – Ж / [ред. П. П. Доценко, Л. А. Юрчук]. – К. : Наукова думка, 1971. – 547 с.

8. Словник української мови. В 11 т. Т. 4 : І – М / [ред. А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, П. П. Доценко]. – К. : Наукова думка, 1973. – 840 с.
9. Словник української мови. В 11 т. Т. 5 : Н – О / [ред. Л. А. Юрчук, В. О. Винник]. – К. : Наукова думка, 1974. – 839 с.
10. Словник української мови. В 11 т. Т. 7 / [ред. О. П. Петровська, М. М. Пилинський, Л. О. Родніна, Н. І. Швидка]. – К. : Наукова думка, 1976. – 727 с.
11. Словник української мови. В 11 т. Т. 9 : С / [ред. І. С. Назарова, О. П. Петровська, Л. Г. Скрипник, Л. А. Юрчук]. – К. : Наукова думка, 1978. – 917 с.
12. Суботці [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org> – Назва з екрану.

Чорноус О. Лексико-семантичні типи ойконімів Кривоградського району.

В статтє рассмотрены лексико-семантические особенности названий населенных пунктов Кировоградского района, зафиксированные в современных источниках административно-территориального деления. Определено, что местный ойконимный фонд представлен отапельтивными и отонимными единицами с численным перевесом последних. Базой для 38,7 % онимов стали общегеографические названия, понятия культурно-исторического характера, а также лексемы для обозначения особенностей природно-географического комплекса региона. Остальные ойконимы образованы от онимов разных классов – антропонимов, гидронимов, топонимов. Из них наиболее многочисленной является группа названий с именами или фамилиями основателей или владельцев этих населенных пунктов в основе – 52 %. Исследование истории формирования местного ойконимикона подтвердило факты одноименности населенных пунктов, для различения которых указывались топографический ориентир и неофициальные названия или фамилии владельца. Также зафиксированы случаи ойконимной антонимии в сложных названиях, при этом в противопоставленные отношения вступают значение лишь первых компонентов, выраженных качественным прилагательным.

Ключевые слова: ойконим, отапельтивный ойконим, отонимный ойконим, отапельтивный ойконим, отгидронимный ойконим, оттопонимный ойконим, ойконимная омонимия, ойконимная антонимия.

Chornous O. Lexical and Semantic Types of Krovograd Region Place Names.

The article deals with the lexical and semantic features of Kirovograd region place names, fixed in current documents of administrative division. It was determined that the local place name fund is represented by two groups. They are the place names derived from general words and the place names derived from proper names. The second group is larger than the first one. 38,7 % of local place names are derived from general geographic names, from words connected with some cultural and historical concepts. As well they name most of Kirovograd region's natural or man-made features. The basic element of the others is proper names of different classes such as anthroponyms, hydronyms, toponyms. There are many place name terms relating to different types of personal names (52 %). For example, the most terms appeal to the founders' or the owners' first names or surnames. Historical research of the place names formation confirms the facts that different settlements can have the same name. If it is necessary to distinguish them it is used specific topographical landmarks, an informal title or the owner's name.

Key words: place name, place name derived from general word, place name derived from anthroponym, place name derived from hydronym, place name derived from toponym, omonym, antonym.

IV. КОГНІТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИКИ

Ганна Бабічева
(Київ)

УДК 811.161.2'42

АКСІОЛОГІЯ ТА ПРАГМАТИКА СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ

З'ясовано структурно-специфічні особливості сучасного військового дискурсу в англійській лінгвокультурі, а саме відповідність типології ритуальних дій, наявність прецедентних текстів, з'ясовує специфічні ознаки військової комунікації на лексико-семантичному рівні. Автор досліджує функціональний розвиток аксіологічних домінант у діячності, зміщення ціннісного фокусу за рахунок виникнення нового підходу до вирішення військових конфліктів – інформаційної боротьби. Розглянуто прагматичний потенціал вищезначеного виду дискурсу, його комунікативні складові, а саме різноманітні інструменти комунікативного впливу на реципієнта інформації в рамках поданого виду дискурсу.

Ключові слова: *військовий дискурс, інституціональний дискурс, аксіологічна складова, когнітивно-прагматичний підхід, прецедентні тексти, комунікативні стратегії.*

Постановка наукової проблеми. Враховуючи той факт, що сучасний військовий дискурс, як об'єкт спеціального аналізу є недостатньо вивченим, а, оскільки, ця комунікативна система є динамічною та постійно розвивається, виникла необхідність його детального вивчення в системі дискурсивної практики. Не меншу цікавість для дослідження представляє неоднорідність структури, лінгвопрагматичні складові, а також аксіологічні домінанти сучасного військового дискурсу у діячності. Краще розуміння специфічних ознак військового дискурсу як на формальному, так і на прагматичному рівні сприятиме кращому його розумінню та попередженню можливих загроз та конфліктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що когнітивно-дискурсивний підхід вже достатньо давно застосовується в низці робіт о станніх років (О.С.Кубрякова, Н.Д. Арутюнова, Н.Ф.Алефіренко, О.В. Александрова, Ю.М. Караулов, В.З. Демьянков, В.І. Карасик, В. М. Савицький, Т.А. ван Дейк; У. Чейф) Однак, він ще не отримав достатнього запровадження в дослідженні військового дискурсу, а саме при вивченні його аксіологічних та прагмалінгвістичних складових.

Мілітаристський дискурс лише нещодавно став предметом детального вивчення науковцями. Мова військових розглядається в її структурному, змістовному і функціональному аспектах та її дослідження ведеться в рамках різних дисциплін – когнітивної лінгвістики, теорії мовної комунікації, соціолінгвістики, мовознавства та інших. Зокрема, велися спроби системного опису військової термінології, фразеології, лексико-семантичних, стилістичних особливостей вищезначеного дискурсу і систематизації концептів, що входять до його складу в роботах Шейгал Е.І., Посмітної В.А., Вигівського В.Л., Юсупової Т.С., Акульшиної Н.Т.

Мета статті: виявлення структурних, функціонально-стилістичних та прагматичних особливостей сучасного військового дискурсу. Відстежити діячність та синхронію його аксіологічних складових.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Досліджуючи національно-культурну специфіку мовлення, а також його ціннісні домінанти, ми аналізуємо вже не текст, а дискурс. В організації дискурсу проявляється взаємозв'язок мови, культури та когнітивних моделей. Вивчення способів відображення фрагментів дійсності в різних мовах, аналіз мовної картини світу, представленій в різних лексичних систематизаціях, дослідження національно-культурної специфіки на рівні тексту, а саме дискурсу є взаємопов'язаними та актуальними проблемами лінгвістики. Дискурс виступає як складне комунікативне явище, розгалужену систему екстралінгвістичних знань «гіпертекст».

У запропонованій статті досліджується інституціональний різновид дискурсу, який є особливою формою спілкування, зумовленого соціальними функціями партнерів і регламентованого як за змістом, так і за формою [1, с. 299].

На основі релевантних соціолінгвістичних ознак ми можемо виділити з військового дискурсу інші види дискурсу, а саме політичний, спортивний, педагогічний, юридичний, та інші види інституціональних дискурсів що вказують на його приналежність до певних суспільних інститутів та ритуальну складову. Ритуал є особливою формою комунікації, яка передбачає дотримання групою людей, об'єднаних спільною метою, чіткого сценарію, детермінованого послідовними вербальними та невербальними конститuantами: нагородження, присяга, вшанування, святкування, відставка, підняття та приспущення прапору, військовий парад, винесення прапору, зміна почесного караулу а також рекурентне впровадження розгалуженої системи заохочень і покарань.

Відповідність типології ритуальних дій зумовлена наявністю наступних складових: (1) До учасників військового ритуалу можуть бути залучені як групи з чітко детермінованою обмеженою чисельністю: дивізія, рота, батальйон, батарея, загін, так і загальний збір варійованої чисельності всіх родів та видів військ. (2) Хронотоп ритуальності військових дій включає як циклічні ритуали: присяга, військові свята, демобілізація, присудження чергового військового звання, так і спорадичні: серед яких колективного характеру - нагородження, покарання, та індивідуального - заохочення та стягнення. Більшість ритуалів мають публічний та сакральний характер за присутності колективу товаришів по службі. (3) Стратегія військового ритуалу полягає у реалізації констатуючої, мобілізуючої та консолідуючої функції.

Обов'язковою складовою військового ритуалу є наявність прецедентних текстів: присяга, витримки з статуту. Подані тексти є жорстко клішованими, підпорядковані вимогам військового дискурсу. Використання флагів, сакральних символів (медалей, знаків, орденів та ін.), мовленнєвих кліше підкреслюють ритуальну складову військового дискурсу, додають урочистості та офіційності подіям.

Чітка ієрархічна структура військової комунікації майже виключає горизонтальну комунікацію між рівно статусними учасниками спілкування, оскільки вертикальна комунікативна ієрархія присутня в двох видах висхідна (підлеглий-командир) та низхідна (командир-підлеглий): а) на рівні виконання обов'язків в залежності від ступеня їх важливості та відповідальності для конкретної бойової ситуації, в) на рівні вислуги років, оскільки досвід є ключовою статусною складовою служби в армії, с) на рівні звань у випадку рівнозначних посад та навпаки.

Мова комунікантів має чітко детермінований характер, в який не має місця реквестивним модальним дієсловом, рекомендаціям, чи риторичності. Директиви, накази, концепції, статuti мають облігаторну модальність із жорсткою оціночною конотацією, чітку та виважену аргументацію, безкомпромісність та унеможливають сумніви у справедливості тверджень, що не залишає місця запитанням не по суті, сумнівам. Про це свідчить облігаторна модальність дієслів, що номінують виконання наказів: *to follow orders, to obey the authorities, to carry out orders*. Хоча, в деяких випадках допускаються додаткові роз'яснення та уточнення деталей за умови виконання конкретного бойового завдання, або надання пропозицій, але не зауважень.

Мова військових, як офіційна, так і неофіційна складається з великої кількості військової номенклатури, що включає цифрові або літеро-цифрові позначення: *The New Orleans is one of 35 LCU-2000 series in service. (The Landing Craft Utility boat)*.

Також їй притаманна насиченість спеціальними скороченнями і умовними позначеннями, що використовуються переважно у військовому дискурсі та є незрозумілими для пересічних носіїв мови. Тому є кілька пояснень, по-перше більшість скорочень має термінологічний характер та використовується на позначення явищ, об'єктів реальної дійсності військових, по-друге, для прискорення передачі інформації, по-третє мова скорочень та аббревіатур утаємничують їх ключові складові та додають секретності змісту інформації: *Commanding Officer (CO), Service number (SN), NCO (Non-commissioned Officers), APC (Armoured Personnel Carrier), IFV (Infantry Fighting Vehicle), Pl (Platoon), Coy (Company), HQ (Head Quarters), The Ops Officer, Lt Col (Lieutenant Colonel), Capt, Maj, 1-st Engr Regt, INT CORPS, Sig Sqn, the RA (Royal Artillery), the RLC (Royal Logistic Corps), the AAC (Army Air Corps)*.

Військовий дискурс характеризується великою насиченістю спеціальною військовою лексикою, широким використанням військової термінології, наявністю певної кількості стійких словосполучень і ідіом, характерних тільки для військової сфери спілкування: *to lift fire* – *перенести вогонь в глибину*, *to run the guard* – *пройти повз часових непоміченим*, *fly to arms* – *поспіхом готуватися до війни*, *take the field (take the field (against))* – *розпочинати, розгорнути військову кампанію*. Слід зазначити, що кількість ідіом в військовому дискурсі істотно обмежена, в той час як кількість стійких сполук як в українській мові так і в англійській достатньо велика.

Із точки зору синтаксису військовому дискурсу притаманно використання еліптичних конструкцій, форм пасивного стану, інфінітивних конструкцій та частою заміною підрядних речень абсолютними дієприкметниковими зворотами.

Всі вищеозначені особливості військового спілкування пов'язані з певним функціональним навантаженням, що характеризує військову сферу спілкування: стислість, чіткість і конкретність формулювань, стислість викладення, чітке відокремлення однієї думки від іншої, що забезпечує логічну послідовність інформування стрункість будови матеріалу.

В основу повідомлень про військові конфлікти покладено архетипічну бінарну опозицію «свій – чужий», яка поділяє суспільство на тих хто захищає інтереси більш впливової сторони – «our», та ті хто нападає та чинить супротив «чужий» (захисник-ворог). В дискурсі військового конфлікту ця опозиція доведена до крайнього ступеню, що відображає полярність опозиційних сил [3, с.120]: *It (NATO) is also offering, to regional states that request it, assistance in developing their own (African countries) capacity to combat piracy activities; We would not be where we are if we had accepted the fact that this is primarily our war...; Hostilities continued between Israeli and auxiliary forces on the one hand and Lebanese groups who proclaimed their resistance against the Israeli occupation on the other.*

Останнім часом конвенціональне поняття *ворог* – *enemy* та *захисник* – *defeater* трансформувалось у військовому дискурсі у «*a belligerent party, insurgents, rebels, local forces, terrorists, threat*» з одного боку та «*security forces*», «*peace support / building/ keeping forces*» або «*allies, organization, rebel groups, etc.*» з іншого.

В текстах про сучасні бойові дії американської армії, конфліктуючі сторони переважно представлені організаціями, які уособлюють інтереси кількох держав, в той час як конкретні країни-учасники бойових дій номінуються опосередковано. Сучасна війна перетворилася на протистояння зацікавлених груп та угруповань на певній території.

Отже, військові дії переважно ведуть групи держав об'єднаних спільними економічними, політичними, аксіологічними (релігія, культура, мораль) та геостратегічними інтересами: NATO, the UN (the United Nations), ISAF (International Security Assistance Force), OSCE (the Organization for Security and Cooperation in Europe), the EU (the European Union). В текстах військової тематики подані організації можуть виступати як союзники, так і сторони, що мають різні погляди на конфлікт: *NATO's open door policy and its collaboration with other international organizations such as the UN, OSCE and the EU have been remarkable; ... aid does not focus on the areas where the Taliban threat is growing. The UN effort is divided, corrupt, and focused on post-conflict needs; It has to be said that on the institutional level, relations between the EU and NATO are far from harmonious. Between 2003 and 2009, it was fashionable to accuse France of being hostile towards NATO: indeed, many Europeans suspected France of waiting to develop European defense in competition with NATO.*

Отже, більшість англійських текстів подіє інформацію під кутом зору однієї з організацій: NATO, the EU, the UN. З іншого боку подані організації можуть бути протиставлені в дискурсі опозиційно, як «загроза» за схемою «NATO - the EU», або «NATO - the UN» в залежності від задіяних країн-учасників військового конфлікту та геополітичних інтересів.

Однак, головним «злодієм», «загрозою» виступає політична система «режим диктатора», з іншого боку вона протиставлена політиці демократії та свобод, оскільки політичні та стратегічні виклики складають підґрунтя військових дій. «Захист» інтересів народу, «демократія», «особисті свободи», «людські життя», «стабільність та безпека», «збереження миру», «багатонаціональне суспільство» виступають ключовими ціннісними домінантами, які становлять аксіологічну складову дискурсу. «Закон», «свобода» протиставлені особистому

«взиску», «диктатурі», «узурпації влади» серед інших загроз «тероризм», «повстанські дії», «піратство», як загроза економічним інтересам держав та різні види зброї масового знищення.

... *help to maintain a safe and secure environment and freedom of movement for all citizens, irrespective of their ethnic origin; NATO implemented all military aspects of the UN Resolution as a contribution towards a peaceful transition to democracy in Libya; Of course the Iranian nuclear challenge remains a potential threat, against which Israeli Air Force planners in particular are building up their capabilities; The operation evolved out of NATO's immediate response to the terrorist attacks against the United States of 11 September and is NATO's only Article 5 collective defense operation; Syria is known to have a significant stockpile of chemical weapons. There have been growing concerns in neighbouring countries and among Western governments about the security of such weapons should the regime fall.*

Традиційно фінальний розвиток конфлікту завжди визначали аксіологічні домінанти: «поразка - перемога» відповідно «victory – defeat», «to win war - to loose war», але останнім часом подані опозиційні номінації зазнали значних змін. Ми спостерігаємо рефлексивне зміщення семантичного фокусу з «victory» на «war results», «war consequences», замість to be defeated – to fail, to defeat smb. / smth. - to fall / topple down / overthrow the regime, officially end war та пом'якшення прямих традиційно військових номінацій. Така ефемізація лексичних найменувань наводить на думку про політизацію сучасних військових конфліктів, що призводить до введення суспільства в оману та фальсифікації реальної дійсності при висвітленні військового конфлікту або її замовчування фактів та подій; *America's war in Iraq officially ended last Thursday with a flag-lowering ceremony in Baghdad; ... All US troops had been due to return home by Christmas; Australian and Polish troops which invaded Iraq and toppled the regime of Saddam Hussein in 21 days of major combat operations.*

Відображення уявної дійсності є найбільш поширеним комунікативним інструментом політиків та медіа, який поступово став невід'ємною частиною військового дискурсу. Така ситуація вказує на впевненість у своїх силах та правоті своїх рішень сторони, що ініціює конфлікт. В свою чергу доповіді та повідомлення про військові дії перетворюються у пропаганду: *NATO took over command ...in August 2003, with the aim of helping to establish the conditions in which Afghanistan can enjoy a representative government and self-sustaining peace and security. Initially restricted to providing security in and around Kabul, the mission has gradually expanded...*

У поданому прикладі відбувається підміна реальної дійсності та реальної мети на уявну, ілюзорну. Відволікається уваги від справжнього стану речей шляхом перекручування фактів, евфемізації наступальних військових дій. Таким чином, важливе значення для військової комунікації набуває ідеологія, в той час як значення особистої думки майже повністю нівелюється. Для кращого розуміння військового дискурсу необхідно досягнути ідеологічне підґрунтя військових промов, що тісно пов'язане з існуючими в американському суспільстві формами політичного правління та влади.

Часто у своїх лекціях та промовах, військові представляють свої агресивні дії апелюючи до загальнолюдських цінностей: *Стабільність, Безпека, Мир, Демократія, Свобода*. Для цього, переважно, коло союзників гіперболічно розширюється до світових масштабів.

Under the authority of the UNSCR 1244, NATO has been leading a peace support operation in Kosovo since 1999 in support of wider international efforts to build peace and stability in the area.

Окрім аксіологічного фокусу, в військовому дискурсі використовуються різноманітні засоби та інструменти мови та мовлення, що уособлюють специфіку прагматичного потенціалу текстів мілітаристської тематики. Поряд із евфемізацією, метафора, набуває поширеності під час читання промов, доповідей та лекцій військовими, це інший спосіб прихованої маніпуляції свідомістю слухача, що з одного боку полегшує сприйняття інформації, а з іншого – завуальовує та виправдовує жорстокість військових дій: *In the end its like parents and their children – you discipline them for their misbehaviour – not because you don't like them and you tend to use a punishment that is just enough to make the point – you use restraint.*

У більш широкому попередньому контексті ми дізнаємося, що в ролі батьків виступають сили підтримки миру (*a peace support force*), під дітьми метафорично називають країну, яка веде військові дії проти миротворців (*a belligerent party*).

Завуальованість, прихованість концепту «війна» є обов'язковою складовою сучасних промов військових. У текстах мілітаристської тематики лексема «war» майже не зустрічається, замість неї, частотно уживаною стає номінація «conflict», на також вказую на певні маніпулятивні комунікативні дії з боку мовця.

Серед інших поширених лексико-семантичних засобів військового дискурсу окремої уваги заслуговує гіперболізація та використання контекстних гіперонімів для посилення впливу на реципієнта інформації. Динаміка розвитку контекстних гіперонімів переважно інтенсифікується в рамках однієї доповіді, тексту тощо, чи кількох послідовних повідомлень: «*to stop - to eliminate - eradicate, - to destroy*» *potential threat*; «*to launch - to fuel - to evolve – to escalate*» *military conflict*. Така інтенсифікація семантичних ознак дії є засобом переконання аудиторії у правильності прийнятих керівництвом рішень та військових дій.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Аналіз англійського військового дискурсу виявив, що останній, безсумнівно, відноситься до інституціонального типу дискурсу та має ознаки ритуальності дискурсу, оскільки, по-перше, він володіє всіма необхідними для цього ознаками - тема і жанр текстової складової, а також хронотоп, учасники комунікації, символи, ритуальність дій, завдання та стратегії екстралінгвістичної складової. Було відслідковано лексико-семантичні, стилістичні особливості структури дискурсу військових, а також аксіологічні домінанти запропонованого типу дискурсу в синхронії та діахронії. Як перспективу дослідження ми можемо розглядати детальне вивчення прагмалінгвістичних стратегій військової мовної комунікації, сучасних технік комунікативного впливу в мові військових. Військова метафора в мові англійських ЗМІ, взаємодія та реалізація різних типів дискурсу в контексті військового дискурсу є також цікавими для подальшого наукового аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
2. Міжнародний тиждень у Києві «Організація північноатлантичного договору після Чикагського самміту 2012»: Лекції та статті. – К.: НУОУ ім. І. Черняхівського, 2013. – 150 с.
3. Шейгал Е.И. Мозгалина А.И. Концептуальное противостояние в дискурсе современного военного конфликта. / Аксиологическая лингвистика: Проблемы коммуникативного поведения : сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика, Н.А. Красавского. – Волгоград : Перемена, 2003. – С.119-124.
4. International week in Kyiv «NATO: common responses to common security challenges»: Syllabus and Readings. – Kyiv-Rome-Oberammergau: UNDU, NATO Defense College, NATO school, 2012. – 130 с.

Бабичева А. Аксиология и прагматика современного англоязычного военного дискурса.

В статье определены структурно-специфические особенности современного военного дискурса в английском лингвокультуре, а именно соответствие типологии ритуальных действий, наличие прецедентных текстов, выявлены специфические признаки военной коммуникации на лексико-семантическом уровне. Автор исследует функциональное развитие аксиологических доминант в диахронии, смещение ценностного фокуса за счет возникновения нового подхода к решению военных конфликтов – информационной борьбы. Рассмотрены прагматический потенциал вышеозначенного вида дискурса, его коммуникативные составляющие, а именно различные инструменты коммуникативного воздействия на реципиента информации в рамках представленного вида дискурса.

Ключевые слова: *военный дискурс, институциональный дискурс, аксиологическая составляющая, когнитивно-прагматический подход, прецедентные тексты, коммуникативные стратегии.*

Babicheva A. Axiology and Pragmatics of Contemporary English-language Military Discourse.

The specific structural features of modern English military discourse have been defined in the article. Its compliance with custom typology, in particular, the presence of precedent texts, reveals the specific features of military communications on the lexical-semantic level. The author examines the functional development of axiological dominants in diachrony, shifting the focus on values by regarding the invention of a new approach to military conflicts – the information war. The pragmatic potential of abovementioned discourse, its communication components, along with various tools of communicative impact on the recipient submitted in the form of discourse have been analyzed.

Key words: *military discourse, institutional discourse, axiological constituent, cognitive-pragmatic approach, case texts, communication strategy.*

УДК 811.111'373

**СОЦІАЛЬНО-КОГНІТИВНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ
ПЕСИМІСТА ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ**

*Розглянуто соціально-когнітивні аспекти ідентифікації поняття «песимізм» в англійській мовній свідомості. Встановлено, що соціально-когнітивні категорії оцінки, віри, очікування та надії є базовими концептами, які визначають комунікативну поведінку песимістичної особистості. Виявлено, що дані конструкти є пріоритетними у процесі формування концептуальної картини світу песиміста як комунікативної особистості. Доведено, що основними засобами ідентифікації поняття «песимізм» в англійській мовній свідомості є лексеми *pessimism, pessimist, pessimistic, pessimistically*. Проаналізовано семантичну структуру лексичних одиниць на позначення песимізму та встановлено семантичні компоненти, які актуалізують соціально-когнітивні категорії оцінки, віри, очікування та надії в мовній свідомості англомовної песимістичної особистості. Доведено, що основою вербально-семантичної ідентифікації поняття «песимізм» в межах соціально-когнітивної парадигми є родові (*belief, gloomily*) та видові (*bad, disadvantageous, futile, evil, pain, misfortune, adverse, dark, negative, undesirable, corrupt, desponding, disbelief, distrust, lack, despairing, worst, to believe, to expect, to anticipate, lack of hope*) семантичні компоненти, аналіз яких дозволяє пояснити механізми, які супроводжують не лише соціально-когнітивну, а й мовленнєву та комунікативну діяльність песимістичної особистості.*

Ключові слова: комунікативна особистість, песимізм, песиміст, соціально-когнітивна теорія, концепт, семантичний компонент.

Постановка наукової проблеми. Концептуалізація песимізму як гетерогенного гуманітарного явища, розвиток якого визначається факторами антропоцентричного порядку, є передумовою для всебічного вивчення даного феномену в межах лінгвістичної парадигми.

Розгляд песимізму крізь призму соціально-когнітивної теорії А. Бандури та Дж. Роттера дозволяє звернути увагу на ті соціально-когнітивні категорії, які визначають песиміста як особистість, що має певний набір когнітивних характеристик, які ґрунтуються на поняттях оцінки, мотивації, мети, очікування, самоефективності, надії, віри, волі [4, с. 14] та передбачає розуміння цих параметрів як базових концептів, що слугують фундаментом концептуальної картини світу песиміста. Закодована інформація про людину і навколишній світ, яка міститься у вищезазначених соціально-когнітивних конструктах, дозволяє пояснити механізми, що супроводжують не лише когнітивну, а й мовленнєву та комунікативну діяльність песимістичної особистості.

Основною ланкою, що опосередковує взаємозв'язок концептуальної та мовної картин світу, є мовна свідомість як сукупність перцептивних, концептуальних і процедурних знань носія культури про об'єкти реального світу [5, с. 4]. Оскільки мовна свідомість є сукупністю образів свідомості, що формуються і озвнищуються за допомогою мовних засобів [6, с. 26], вербально-семантична ідентифікація поняття «песимізм» є основою для лінгвістичного аналізу лексикалізованого [7, с. 152–170] змісту свідомості комунікативної особистості песиміста на семантичному, когнітивному та прагматичному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Песимізм як одна з парадигм людського буття, яка при відповідних обставинах наповнюється конкретно-історичним змістом, займає важливе місце серед дискусійних проблем сьогодення. Хоча песимізму приділяється значна увага в сучасних гуманітарних студіях, пріоритетним залишається його переосмислення у межах філософської (А.Р. Геворкян, М.А. Лепський, Ш.Х. Боташева, І.С. Дудник), психологічної (М. Шайер, Ч. Карвер, М. Зелігман, О.А. Сичов, М.С. Замишляєва) та соціально-психологічної (К. Мудзибаєв, Л. Кесельман, М.Г. Мацкевич, В.П. Трусов) галузей сучасного знання. Сучасні уявлення про песимізм як про індивідуально-психологічний феномен спираються на підходи та теорії, що існують в межах персонології, а саме, на теорію поля К. Левіна, теорію особистісних конструктів Дж. Келлі та теорію локуса контролю Дж. Роттера. Соціально-когнітивні параметри

песимізму загалом та соціально-когнітивні особливості поведінки песиміста як комунікативної особистості залишаються поза увагою дослідників.

Мета статті – виявлення соціально-когнітивних особливостей ідентифікації поняття «песимізм» в англійській мовній свідомості. Досягнення даної мети передбачає вирішення наступних **завдань**: (1) визначити базові категорії, які лежать в основі вербально-семантичної ідентифікації поняття «песимізм» в межах соціально-когнітивної парадигми; (2) виявити семантичні компоненти, які актуалізують окремі соціально-когнітивні категорії в мовній свідомості англійської песимістичної особистості.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Мовна свідомість, яка виникає як результат взаємодії одиниць знань про світ із мовними одиницями [3, с. 32] і формується в результаті комунікативного досвіду [1, с. 17], є динамічним утворенням, яке оперує вербалізованими концептами, які в площині соціально-когнітивної характеристики песимізму визначені як конструкти, що лежать в основі концептуальної картини світу песиміста. Вербалізуючись, дані соціально-когнітивні конструкти ідентифікують поняття «песимізм» в англійській мовній свідомості.

Основними засобами такої ідентифікації є лексема *pessimism* та похідні словотвірні одиниці *pessimist*, *pessimistic*, *pessimistically*, які, фіксуючи категоріально різні аспекти лексичної одиниці *pessimism*, експлікують особливості індивідуальної та соціальної поведінки індивіда.

Аналіз семантичної структури аналізованих лексичних одиниць дозволив виявити семантичні компоненти, які актуалізують окремі соціально-когнітивні категорії, а саме, категорії оцінки, віри, очікування та надії в мовній свідомості англійської песимістичної особистості.

Песимізм як ціннісна сторона світосприйняття, в якій світ осмислюється з точки зору співвідношення в ньому добра і зла, справедливості і несправедливості, щастя і нещастя, є поняттям аксіологічним, оскільки виражає оцінку дійсності в цілому і, перш за все, оцінку майбутнього.

Важливість оцінки в осмисленні світу на основі системи цінностей соціуму та індивідуальної ціннісної системи [2, с. 15] підтверджується наявністю в структурі лексичного значення окремих лексико-семантичних варіантів (далі ЛСВ) досліджуваних лексичних одиниць компонентів із семантикою негативної оцінки. Для лексеми *pessimism* це видові семи «поганий» (*bad*), «невигідний» (*disadvantageous*), «нікчемний» (*futile*), «зло, злий» (*evil*), «біль» (*pain*) «нещастя» (*misfortune*), «несприятливий» (*adverse*), «темний» (*dark*), «негативний» (*negative*), «небажаний» (*undesirable*), «зіпсований» (*corrupt*): *pessimism* – (ЛСВ 1) *a feeling that bad things will happen, that smth will not be successful* [14, с. 1129]; *pessimism* – *tendency to believe that the worst thing is most likely to happen, that everything is essentially evil* [13, с. 121]; *pessimism* – (ЛСВ 1) *the tendency to see or anticipate only what is disadvantageous or futile in current or future conditions or actions, often when it is reasonably possible to see or anticipate advantages or gains*, (ЛСВ 3) *the belief that the evil and pain in the world are not compensated for the goodness and happiness* [16, с. 1076]; *pessimism* – (ЛСВ 2) *an inclination to put the least favorable construction on actions and happenings, to emphasize adverse aspects, conditions, and possibilities, or to anticipate the worst possible outcome* [18, с. 1689]; *pessimism* – (ЛСВ 2) *the tendency to expect misfortune or the worst outcome in any circumstances; practice of looking on the dark side of things* [17, с. 1009]; *pessimism* – (ЛСВ 1) *a tendency to stress the negative or take the gloomiest possible view* [15, с. 1040]; *pessimism* – (ЛСВ 1) *the tendency to see, anticipate, or emphasize only bad or undesirable outcomes, results, conditions, problems, etc.* [10]; *pessimism* – (ЛСВ 3) *the doctrine that this world is corrupt and that man's sojourn in it is a preparation for some other existence* [9].

Структура лексичного значення окремих ЛСВ лексеми *pessimist* також вирізняється наявністю компонентів з семантикою негативної оцінки. Це видові семи «поганий» (*bad*), «найгірший» (*worst*), «безнадійний» (*desponding*): *pessimist* – *a person who always expects bad things to happen* [14, с. 1129]; *pessimist* – (ЛСВ 1) *a person who habitually sees or anticipates the worst, or is disposed to be gloomy* [16, с. 1076]; *pessimist* – (ЛСВ 1) *one who takes a desponding view of life* [19, с. 1041].

У структурі лексичного значення окремих ЛСВ лексеми *pessimistic* соціально-когнітивна категорія оцінки, а саме, її негативний аспект, експлікується видовими семами «поганий» (*bad*),

«невіра» (*disbelief*), «недовіра» (*distrust*), «нестача» (*lack*), «зневірений» (*despairing*), «найгірший» (*worst*): *pessimistic* – *expecting bad things to happen or something not to be successful; showing this* [14, с. 1129]; *pessimistic* – (ЛСВ 2) *marked by disbelief, distrust, or a lack of confidence, hope, or joy, (ЛСВ 3) gloomy, despairing* [18, с. 1689]; *pessimistic* – (ЛСВ 2) *expecting the worst* [17, с. 1009].

Для лексеми *pessimistically* таким компонентом із семантикою негативної оцінки є родова сема «пригнічено, похмуро» (*gloomily*): *pessimistically* – *gloomily* [11, с. 329].

Інтегруючи низку психічних процесів та якостей індивіда, соціально-когнітивна категорія віри в діяльнiсному відношенні виступає як поліфункціональний механізм саморегуляції особистості, як спосіб вироблення ставлення до всесвіту, суспільства, інших людей і себе самого. Саме цей факт визначає високу експліцитність родової семи «віра» (*belief*), яка відображає категорію віри у структурі лексичного значення лексеми *pessimism*: *pessimism* – *the belief that bad things are going to happen* [8, с. 1150]; *pessimism* – *belief that only bad things will happen* [11, с. 329].

Видова сема «вірити» (*to believe*) також ідентифікує вищезазначене поняття в структурі лексичних значень досліджуваних лексичних одиниць: *pessimist* – *person who believes that only bad things will happen* [11, с. 329]; *pessimistic* – *gloomy / believing that only bad things will happen* [11, с. 329].

Песимізм як генералізоване очікування, що актуалізується через змінну сумніву, в термінах соціально-когнітивної теорії Дж. Роттера корелює з інтернально-екстернальним локусом контролю і відповідає розумінню песимізму як атрибутивного стилю. Соціально-когнітивна категорія очікування знаходить своє відображення у семантичному компоненті «очікувати, передбачати» (*to expect, to anticipate*), який зустрічається у структурі лексичних значень окремих ЛСВ лексем *pessimism, pessimist, pessimistic*: *pessimism* – (ЛСВ 1) *the tendency to see or anticipate only what is disadvantageous or futile in current or future conditions or actions, often when it is reasonably possible to see or anticipate advantages or gains* [16, с. 1076]; *pessimism* – (ЛСВ 2) *the tendency to expect misfortune or the worst outcome in any circumstances* [17, с. 1009]; *pessimist* – *a person who always expects bad things to happen* [14, с. 1129]; *pessimist* – (ЛСВ 1) *a person who habitually sees or anticipates the worst, or is disposed to be gloomy* [16, с. 1076]; *pessimistic* – (*~ about smth*) *expecting bad things to happen or something not to be successful; showing this* [14, с. 1129].

Ще одним чинником, який визначає соціально-когнітивний статус особистості та впливає на її емоційний і фізичний стан, є надія. У межах підходу до дослідження песимізму як атрибутивного стилю, рівень надії визначається параметрами широти та стабільності. Відповідно, надія є елементом атрибутивного стилю особистості. Семантичний компонент, який експлікує соціально-когнітивну категорію надії, є найменш представленим у дефініціях досліджуваних лексем. Це видова сема «безнадійність, безнадія» (*lack of hope*).

Наведемо приклади: *pessimistic* – (ЛСВ 2) *marked by disbelief, distrust, or a lack of confidence, hope, or joy* [18, с. 1689]; *pessimistic* – (ЛСВ 1) *having or showing a lack of hope for the future* [12].

Отже, ідентифікація соціально-когнітивного аспекту поняття «песимізм» в англійській мовній свідомості відбувається за допомогою родових («віра» (*belief*), «пригнічено, сумно» (*gloomily*)) та видових («поганий» (*bad*), «невигідний» (*disadvantageous*), «нікчемний» (*futile*), «зло, злий» (*evil*), «біль» (*pain*), «нешастя» (*misfortune*), «несприятливий» (*adverse*), «темний» (*dark*), «негативний» (*negative*), «небажаний» (*undesirable*), «зіпсований» (*corrupt*), «безнадійний» (*desponding*), «невіра» (*disbelief*), «недовіра» (*distrust*), «нестача» (*lack*), «зневірений» (*despairing*), «найгірший» (*worst*), «вірити» (*to believe*), «очікувати, передбачати» (*to expect, to anticipate*), «безнадійність, безнадія» (*lack of hope*)) семантичних компонентів, що експлікують категорії оцінки, віри, очікування та надії в семантичній структурі лексем *pessimism, pessimist, pessimistic, pessimistically*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок у визначеному напрямі. Виявлені у результаті проведеного аналізу родові та видові семантичні компоненти, які є основою вербалізації соціально-когнітивних категорій оцінки, віри, очікування та надії як базових концептів, що визначають соціально-когнітивний аспект комунікативної поведінки песимістичної особистості, є тими засобами, які актуалізують вищезазначені категорії в мовній свідомості англійської песимістичної особистості. Серед перспектив подальших досліджень – виявлення структурних особливостей концептуальної картини світу песимістичної комунікативної особистості. Втілюючи індивідуальний образ світу та його особистісну

інтерпретацію, концептуальна картина світу песиміста, основою якої є зазначені вище концепти, проникнути у сутність яких можна тільки завдяки мовним структурам, має суттєве значення для виявлення особистісних факторів вербальної та невербальної поведінки песиміста як комунікативної особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барінова І.А. «Языковое сознание»: к вопросу об определении и интерпретации термина / И.А. Барінова, Н.М. Нестерова, И.Г. Овчинникова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – Пермь: изд-во ПГПУ, 2010. – № 4. – С. 10–21.
2. Бессонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний і гендерний аспекти: дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04 / Бессонова Ольга Леонідівна. – Донецьк, 2003. – 463 с.
3. Гапченко О. Мовна свідомість людини як об'єкт лінгвістичних досліджень / О. Гапченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. – № 22. – С. 31–34.
4. Сычев О.А. Психология оптимизма: учебно-методическое пособие к спецкурсу / Олег Анатолиевич Сычев. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2008. – 69 с.
5. Тарасов Е.Ф. Языковое сознание – перспективы исследования / Е.Ф. Тарасов // Языковое сознание: содержание и функционирование: материалы XIII Международного симпозиума по психолінгвістике и теории коммуникации. – М., 2000. – С. 3–4.
6. Тарасов Е.Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания / Е.Ф. Тарасов // Языковое сознание и образ мира: сб. статей [отв. ред. Н.В. Уфимцева]. – М., 2000. – С. 20–29.
7. Уфимцева Н.В. Взаимодействие культур и языков: теория и методология / Н.В. Уфимцева // Встречи этнических культур в зеркале языка. – М.: Наука, 2002. – С. 152–170.
8. Collins COBUILD English Dictionary for Advanced Learners. – Glasgow: HarperCollins, 2001. – 1824 p.
9. Collins English Dictionary. Complete & Unabridged 10th Edition [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dictionary.reference.com/browse/pessimist>
10. Dictionary.com Unabridged Based on the Random House Dictionary Edition [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dictionary.reference.com/browse/pessimist>
11. Harrap's Standard Learners' English Dictionary / Ed. by P.W. Collin. – London: Elt Verlag, 1988. – 540 p.
12. Merriam-Webster Learner's Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/pessimism>
13. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Ed. by A. S. Hornby. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – V. II. – 527 p.
14. Oxford Advanced Learners Dictionary / Ed. by S. Wehmeier. – Oxford: Oxford University Press, 2005. – 1780 p.
15. The American Heritage College Dictionary. 4th ed. – Boston: Houghton Mifflin Company, 2004. – 1636 p.
16. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of English Language. New Revised Edition. – N. Y.: Gramercy Books, 1996. – 1693 p.
17. Webster's New World Dictionary of American English, Third College Edition / Ed. by V. Neufeldt. – Cleveland, N. Y.: New World Dictionaries, 1989. – 1574 p.
18. Webster's Third New International Dictionary of the English Language Unabridged / Ed. by P. Babcock Gove. – Springfield: Merriam-Webster, Inc., 1993. – 2662 p.
19. Webster Universal Dictionary, Unabridged International Edition / Ed. by Wyld H.C., Partridge E.H. – N.Y.: Harver Educational Services, 1975. – 1743 p.

Бойчук В. Соціально-когнітивні передумови лінгвістичного дослідження песиміста як комунікативної особистості.

*Рассмотрены социально-когнитивные аспекты идентификации понятия «пессимизм» в английском языковом сознании. Установлено, что социально-когнитивные категории оценки, веры, ожидания и надежды являются базовыми концептами, определяющими коммуникативное поведение пессимистической личности. Обнаружено, что данные конструкты являются приоритетными в процессе формирования концептуальной картины мира пессимиста как коммуникативной личности. Доказано, что основными средствами идентификации понятия «пессимизм» в английском языковом сознании являются лексемы *pessimism, pessimist, pessimistic, pessimistically*. Проанализирована семантическая структура лексических единиц обозначающих пессимизм и определены семантические компоненты, актуализирующие социально-когнитивные категории оценки, веры, ожидания и надежды в языковом сознании англоязычной пессимистической личности. Доказано, что основой вербально-семантической идентификации понятия «пессимизм» в рамках социально-когнитивной парадигмы являются родовые (*belief, gloomily*) и видовые (*bad, disadvantageous, futile, evil, pain, misfortune, adverse, dark, negative, undesirable, corrupt, desponding, disbelief, distrust, lack*,*

despairing, worst, to believe, to expect, to anticipate, lack of hope) семантические компоненты, анализ которых позволяет объяснить механизмы, сопровождающие не только социально-когнитивную, но и речевую и коммуникативную деятельность пессимистической личности.

Ключевые слова: коммуникативная личность, пессимизм, пессимист, социально-когнитивная теория, концепт, семантический компонент.

Boichuk V. Socio-cognitive Framework for the Linguistic Research of a Pessimist as a Communicative Personality.

The article deals with the socio-cognitive aspects of identification of the notion “pessimism” in English linguistic consciousness. It has been found out that socio-cognitive categories of evaluation, belief, expectation and hope are basic concepts that determine communicative behavior of a pessimistic person. It has been assumed that these constructs have priority in formation of a conceptual picture of the world of a pessimistic communicative personality. It is proved that the basic means of identification of the notion “pessimism” in English linguistic consciousness are such lexical units as pessimism, pessimist, pessimistic, pessimistically. The semantic structure of lexical units indicating pessimism is analyzed. Semantic components that actualize socio-cognitive categories of evaluation, belief, expectation and hope in the linguistic consciousness of an English speaking pessimistic personality are revealed. It is proved that verbal semantic identification of the notion “pessimism” in socio-cognitive paradigm is based upon generic (belief, gloomily) and specific (bad, disadvantageous, futile, evil, pain, misfortune, adverse, dark, negative, undesirable, corrupt, desponding, disbelief, distrust, lack, despairing, worst, to believe, to expect, to anticipate, lack of hope) semantic components, the analysis of which helps to explain the mechanisms that provide not only socio-cognitive, but also verbal and communicative activities of a pessimistic personality.

Key words: communicative personality, pessimism, pessimist, social cognitive theory, concept, semantic component.

Ярина Брухаль
(Івано-Франківськ)

УДК 811.111:161.12:161.225.23

КАТЕГОРІЯ ОЦІНКИ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проаналізовано природу і суть аксіологічної категорії оцінки у лінгвістичному розумінні, зроблено спробу теоретичного осмислення цієї універсальної лінгвістичної категорії. Уточнено та доповнено визначення поняття «оцінка», розглянуто її структуру та визначено основні експліцитні та імпліцитні елементи. З'ясовано аспекти та критерії класифікації цієї категорії (за семантикою предикатів оцінки та синтаксичною структурою; за загальнооцінними і частково-оцінними значеннями та ін.). Виділено параметри та сутнісні характеристики оцінки як мовної категорії, а саму оцінку проаналізовано з позиції розмежування плану змісту та плану вираження. Також розглянуто оцінку як семантичний компонент слова та засоби її вираження.

Ключові слова: категорія оцінки, об'єкт оцінки, суб'єкт оцінки, модальна рамка, аксіологія, шкала оцінювання, критерії класифікації, емоційна та раціональна оцінки, загальнооцінні та частково-оцінні значення.

Постановка наукової проблеми. Як відомо, у процесі життєдіяльності людина постійно оцінює предмети та явища навколишнього світу, ситуації та події, вчинки і дії інших людей; оцінює свої можливості і результати своїх дій; враховує власний статус в очах інших людей тощо. Фактично, оцінка необхідна людині для організації майже будь-якого акту взаємодії з предметним світом, з іншими людьми, з суспільством.

Сутність категорії оцінки пояснюється теорією ціннісної спрямованості людської діяльності та свідомості, а коло її характеристик обіймає все те, що задано фізичною та психічною природою людини, її буттям та відчуттям [12, с. 4]. Оцінювання є як невід'ємним компонентом пізнання, в основу якого покладено ціннісний підхід до явищ природи і суспільства, без якого неможливі ані діяльність, ані саме життя людини як істоти, яка має різноманітні потреби, інтереси та цілі [12, с. 13].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Філософські та логічні проблеми категорії оцінки є предметом вивчення з давніх-давен (Арістотель, Б. Спіноза, Дж. Локк, Д. Юм, Ш. Баллі та ін.). Щодо лінгвістики, то проблема категорії оцінки привертала увагу таких зарубіжних та вітчизняних науковців як Н.Д. Арутюнова, О.М. Вольф, О.А. Івін, В.М. Телія, Ф.С. Бацевич, Т.А. Космеда, К.С. Серажим та ін.

Оскільки дана категорія є явищем різноаспектним та багатоплановим, то питання про визначення оцінки як лінгвістичної категорії залишається суперечливим. Оцінку трактують як логіко-семантичну, лінгвогносеологічну, мовностилестичну, семантико-прагматичну чи функціональну категорії [9, с. 4]. Сучасна лінгвістика спрямована на вивчення структурно-функціональної природи оцінки та її ролі в мовній системі, мовних засобів її вираження, місця оцінки та її функцій у структурі висловлення та цілого тексту, основних тенденцій аксіологічних змін у семантичній структурі слова [13, с. 1].

Метою дослідження є аналіз оцінки як лінгвістичної категорії, з'ясування її особливостей, типології та структури. Оцінка характеризується множинністю критеріїв, що лежать в її основі, що пояснює складність в описі, з одного боку, її компонентного складу, а з іншого – основних засобів її вираження в мові. Актуальність дослідження пояснюється тим, що оцінка як лінгвістична категорія є одним з основних компонентів процесу комунікації, а аксіологія являє собою один з актуальних ракурсів сучасних лінгвістичних досліджень. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**: проаналізувати статус оцінки як власне лінгвістичної категорії; уточнити основні визначення поняття «оцінка»; подати характеристику типів класифікації категорії оцінки в аспекті основних напрямів дослідницьких пошуків; дослідити багатокомпонентну структуру даної категорії, виділивши основні її елементи.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. На сьогоднішній день не існує єдиного підходу до трактування поняття «оцінка». Так, у «Термінологічній енциклопедії сучасної лінгвістики» оцінка визначається як 1) складник конотативного компонента семантичної структури мовної одиниці; 2) текстова категорія, підпорядкована інформативності; 3) різновид модальності висловлення, який відображає аксіологічний план ситуації, позначеної повідомленням, тобто ціннісну орієнтацію мовця щодо інтеріоризованої події [14, с. 438].

У сучасній лінгвістиці оцінку розглядають як засіб вираження інформації про певну цінність предметів та явищ з погляду відповідності чи невідповідності вимогам, інтересам, смакам мовця, спосіб передачі його ціннісного ставлення. Вона має об'єктивно-суб'єктивний характер, тобто втілює суб'єктивні уявлення про об'єктивний світ, і залежить від часу, в який вона створюється, автора мовлення, який висловлює через оцінку свої думки, почуття, смаки, соціально детермінованих норм, світосприйняття, світовідчуття, соціальних інтересів, моди, престижу тощо [9, с. 3].

Мовознавці визначають оцінку як позитивну чи негативну кваліфікацію предмета думки [8, с. 6], як позитивне чи негативне судження про те, що позначається конкретною мовною одиницею [5, с. 4]. Інколи під оцінкою розуміють лише компонент конотативного значення [15, с. 21]. Н.Д. Арутюнова наголошує, що оцінка – це висловлювання про цінність об'єкта, тобто його корисність, здатність задовольняти потреби [1, с. 58]. Під оцінкою М.Р. Желтухіна розуміє акт людської свідомості, що полягає в порівнянні предметів, зіставленні їх властивостей, визначенні ролі в життєдіяльності суб'єкта, і його результати, що закріплюються у свідомості і мові у вигляді позитивного, негативного або нейтрального ставлення [4, с. 42]. Оцінка – це універсальна категорія, що виражає позитивне чи негативне ставлення мовця до змісту мовлення й реалізується в частинах слова, вигуках, модальних частках, повнозначних лексемах, словосполученнях, фразах, у мовленнєвих актах й аксіологічних категоріях [11, с. 55].

С.І. Равлюк зазначає, що аксіологічна категорія оцінки «є результатом оцінної діяльності мовця і має об'єктивно-суб'єктивний характер, оскільки, з одного боку, базується на цінності предмета чи явища, а з іншого – ця цінність зумовлена індивідуальними особливостями сприйняття предметів чи явищ і знаходить своє відображення у розрізненні схвалення / несхвалення мовцем об'єкта оцінки» [13, с. 1].

Як і кожна мовна категорія, оцінка має свої параметри, сутнісні характеристики: універсальність, інваріантність, диференційованість, здатність створювати діади й тріади в системі мови, лабільність, динамічність, креативність [1, с. 5]. Крім того, як соціолінгвістичній категорії, оцінці властиві такі риси: а) особлива форма ставлення людини до навколишнього середовища; б) регуляція поведінкової активності індивіда, соціального суб'єкта; в) «схоплювання» синтезування єдності сутності в різноманітті (сигнікативна функція); г) демаркація якісно різних атрибутів соціального буття людини (добром і злом, прекрасним і потворним, істиною і неправдою, тощо); д) пошук істинного знання, істини власного існування людини; формулювання ідеалів, норм співіснування в суспільстві; е) здійснення інтегруючої функції в соціумі [12, с. 15].

Мовну оцінку характеризує особлива структура, яку можна представити як модальну рамку. Головними елементами є її суб'єкт і об'єкт, оцінний предикат (власне оцінка). Суб'єкт оцінки, експліцитний або імпліцитний, – це особа або соціум, з точки зору якого дається оцінка. Об'єкт – це особа, предмет, подія або стан речей, до яких відноситься оцінка. Крім того в модальну рамку оцінки входять, як правило, імпліцитно, шкала оцінок і стереотипи, на які орієнтована оцінка в соціальних уявленнях мовців [3, с. 12]. Шкала оцінок являє собою дуже складну структуру. З одного боку, вона враховує ставлення суб'єкта до об'єкта оцінки, а з іншого – властивості самого об'єкта, до якого належить оцінка. Співвідношення власне оцінного й дескриптивного в оцінці й визначає складність структури оцінної шкали [3, с. 48].

Як бачимо, структура оцінки є складною та багатокомпонентною, через те дослідники виділяють різноманітні за критеріями та функціями класифікації цієї категорії. Так, у своїх працях О.М. Вольф розмежовує оцінку емоційну та раціональну. Емоційна оцінка розуміється як безпосередня реакція на об'єкт (вигуки, афективні слова, інвективна лексика), раціональна оцінка передбачає оцінне судження (аксіологічні предикати) [3, с. 40]. За семантикою предикатів оцінки та синтаксичною структурою дослідниця протиставляє два предикати – *de dicto* і *de re* [3, с. 13]. Оцінка *de dicto* виявляється при порівнянні у структурі речення (судження) і виражається, як правило, оцінними прислівниками, як-от : *Добре, що ти мене розумієш!* і модальними виразами: *На жаль, я цього не знав*. Оцінка *de re* характеризує безпосередньо об'єкти й виражається в мові прикметниками: (*прекрасний помічник*), іменниками (*кляча*) та рідше дієсловами, наприклад: *Мені не подобається її зачіска*. Розглядаючи оцінну модальність, мовознавці оцінку *de dicto* співвідносять із порівняльною оцінкою, яка передбачає експліцитно виражене в реченні порівняння, оцінці *de re* відповідає абсолютна оцінка, що містить імпліцитне порівняння [3, с. 15].

Оцінні значення поділяють на загальнооцінні та частково-оцінні [3, с. 28]. До перших належать прикметники *хороший (гарний)* та *поганий*, які виражають повну оцінку об'єкта. До другого типу зараховують значення, що виражають один аспект об'єкта оцінки з погляду аксіологічної характеристики, наприклад : *талановитий, дурний, нахабний*.

Беручи за основу класифікації частковооцінних значень взаємодію суб'єкта оцінки з її об'єктом, Н.Д. Арутюнова виділяє а) сенсорні, б) сублімовані та в) раціоналістичні оцінки [1, с. 75], які у свою чергу поділяються на категорії, виражені в мові найчастіше прикметниковими формами. Так, до складу сенсорної групи входять сенсорно-смакові та психологічні оцінки. Сенсорно-смакові (гедоністичні) оцінки – найбільш індивідуалізований різновид, пов'язаний із фізичними відчуттями та психічним досвідом (наприклад: *приємний – неприємний, смачний – несмачний*). Психологічна категорія поділяється на інтелектуальну (*цікавий, захоплюючий – нудний, поверховий*) та емоційну оцінки (*веселий – сумний*). Другу групу – сублімовані оцінки – складають естетичні та етичні категорії, що базуються на синтезі сенсорних оцінок та понятті норми, наприклад: *прекрасний – потворний, моральний – аморальний*. До групи раціоналістичних оцінок належать утилітарні, нормативні й телеологічні. Ці оцінки пов'язані з практичною діяльністю, повсякденним досвідом людини, з фізичною чи психічною користю, з відповідністю стандартам, наприклад: *корисний – шкідливий, нормальний – ненормальний, якісний – неякісний, ефективний – неефективний*.

Дещо схожу класифікацію оцінки запропонувала Т.І. Вендіна. Дослідниця розрізняє: а) оцінки – афективи, що відображають безпосереднє чуттєве сприйняття зовнішнього світу;

б) оцінки – когнітиви: раціоналістичні, психологічні (емоційні та інтелектуальні) оцінки;
в) оцінки – сублімати: естетичні та етичні оцінки [2, с. 43].

О.І. Федотова поділяє оцінку за її підґрунтям на емпіричну (сприймається органами чуття) та мотивовану (формується в процесі пізнання) [16, с. 70]. Аналогічно О.А. Івін розрізняє внутрішню (чуттєву) та зовнішню (утилітарну) оцінки [6, с. 31].

У класифікації І.В. Онищенко оцінка постає як: позитивна / негативна / нейтральна; абсолютна / порівняльна; суб'єктивна / об'єктивна; інтелектуально-логічна / емоційна / емоційно-інтелектуальна; сенсорна / сублімована / раціоналістична; оцінка, зумовлена конкретними поняттями / оцінка, зумовлена абстрактними поняттями [9, с. 6].

Категорію оцінки також доцільно розглядати з позиції розмежування плану змісту та плану вираження. Так, у плані змісту оцінку диференціюють на негативну та позитивну, у плані вираження – на імпліцитну та експліцитну [10, с. 3]. Особливістю оцінки в природній мові є асиметрія між позитивними та негативними знаками good/bad. Оцінка good може означати як відповідність нормі, так і перевищення її, тоді як оцінка bad завжди означає відхилення від норми. Крім того, способи вираження оцінки (експліцитний або імпліцитний) – залежать від позиції адресата і адресанта. Домінантна позиція адресанта дає йому змогу висловлювати свою думку як експліцитно, так і імпліцитно.

Оцінка як семантичний компонент слова – це закріплене у семантичній структурі слова оцінне значення, яке виражає ставлення мовного колективу або окремого індивіда до співвіднесеного зі словом поняття або предмета за схемою: добре / погане, схвальне / несхвальне, позитивне / негативне, корисне / шкідливе тощо [13, с. 6].

У лексиці оцінка об'єктів виражається через семантику слів і словосполучень. Слово не тільки має граматичне та лексичне значення, воно одночасно виражає оцінку суб'єкта. Отже, оцінка, тобто аксіологічне значення, входить до складу семантичної структури лексичної одиниці і є оцінним компонентом семантики слова чи словосполучення [13, с. 8].

Вираження оцінки відбувається за участю різноманітних лексичних, лексико-стилістичних (розмовні слова, просторіччя, лайливі слова, жаргонізми, неологізми, сленгізми, термінологізми, фразеологізми) та зображальних (епітет, метафора, порівняння, іронія, оксиморон, перифраз) засобів. Більше того, значення оцінки не дозволяє досліднику обмежуватися одиницями лише одного рівня мови, тобто є можливість характеристики оцінки як функціональної категорії. Оцінка репрезентується на різних мовних рівнях: лексико-семантичному, морфологічному та синтаксичному. Вона може виражатися різними морфологічними одиницями і характеризувати певний об'єкт у слові, словосполученні, висловлюванні, реченні та абзаці [10, с. 3].

Зміст оцінок і способи їх вираження багато в чому залежать від належності тексту до того чи іншого функціонального різновиду. Так, оцінка є одним з основних стилетворчих чинників публіцистичних матеріалів, де вона, за спостереженнями дослідників, «проявляється у відборі та класифікації фактів і явищ дійсності, в їх описі під певним кутом зору, в специфічних лінгвістичних засобах» [7]. Оцінка, виражена в текстах засобів масової інформації, в багатьох випадках визначається соціальними та ідеологічними чинниками – вона обумовлюється завданнями політичної боротьби, протистоянням ідеологій, потребою ідейної та моральної самопрезентації, часто пов'язаної зі стремлінням до компрометації опонента.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, очевидну множинність та багатогранність підходів до вивчення і трактування лінгвістичної категорії оцінки зумовлюють низка ознак, що є основою типологічних класифікацій оцінок, а саме: спосіб оцінювання (абсолютні / порівняльні), основи оцінок (раціональні / емоційні), взаємини суб'єкта й об'єкта оцінки. В оцінній ситуації оцінка природно слугує засобом вираження ставлення мовця до реального світу з його прагненням привернути увагу слухача і вплинути на нього, що видається актуальним у випадку дослідження аксіологічних параметрів темпорального дейксису в сучасному англomовному публіцистичному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
2. Вендина Т.И. Семантика оценки и ее манифестация средствами словообразования / Т.И. Вендина // Славяноведение. – 1991. – № 4. – С. 41-48.

3. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – Изд. 2-е, доп. / Е.М. Вольф. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – 280 с.
4. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса : о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : Монография / М.Р. Желтухина. – Москва, Волгоград : 2003. – 223 с.
5. Зыкова Л.В. Историческое развитие некоторых прилагательных, выражающих понятие отрицательной оценки : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Л.В. Зыкова. – МГПИИЯ им. М. Тореца, 1981. – 16 с.
6. Ивин А.А. Основание логики оценок / А.А. Ивин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970. – 230 с.
7. Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ / Н.И. Клушина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_79.
8. Кузнецова В.А. Категория отрицательной оценки и ее отражение в системе глагола современного английского языка : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / В.А. Кузнецова. – ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1982. – 21 с.
9. Онищенко І.В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / І.В. Онищенко. – Дніпропетровськ, 2004. – 19 с.
10. Островська О.М. Лінгвостилістичні засоби реалізації категорії оцінки (на матеріалі американської художньої прози) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.М. Островська. – Львів, 2001. – 14 с.
11. Панина Л.С. Экспрессивная и эмоциональная лексика как оценочная категория / Л.С. Панина // Проблемы современной русской лексикологии : Сб. науч. тр. – Калинин: Калинин ГУ, 1983. – С. 55-59.
12. Приходько І.Г. Оцінка і комунікація : посібник для студентів та аспірантів / І.Г. Приходько. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 168 с.
13. Равлюк С.І. Аксиологічна лексика і фразеологія художньо-публіцистичних виступів 90-х років ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / С.І. Равлюк. – Київ, 2003. – 16 с.
14. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
15. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.
16. Федотова Е. И. Семантическая структура оценки / Е.И. Федотова // Нариси досліджень у галузі гуманітарних наук в педвузі : Зб. наук. та наук.-метод. пр. – Т. 2, № 2. – Горлівка : ГДІМ, 1996. – С. 195-201.

Брухаль Я. Категория оценки как объект лингвистических исследований.

В статье проанализированы природа и сущность аксиологической категории оценки в лингвистическом смысле, сделана попытка теоретического осмысления этой универсальной лингвистической категории. Уточнены и дополнены определения понятия «оценка», рассмотрена ее структура и определены основные эксплицитные и имплицитные элементы. Выяснены аспекты и критерии классификации этой категории (по семантике предикатов оценки и синтаксической структурой, по общеоценочных и частично-оценочных значениях и др.). Выделены параметры и сущностные характеристики оценки как языковой категории, а сама оценка проанализирована с позиции разграничения плана содержания и плана выражения. Также рассматривается оценка как семантический компонент слова и средства ее выражения.

Ключевые слова: категория оценки, объект оценки, субъект оценки, модальная рамка, аксиология, шкала оценивания, критерии классификации, эмоциональная и рациональная оценки, общеоценочные и частично-оценочные значения.

Brukhal Ya. The Category of Evaluation as an Object of Linguistic Research.

The article analyzes the nature and essence of the axiological category of evaluation in the linguistic sense, an attempt is made to conceptualize this universal linguistic category. The definition of «evaluation» is clarified and expanded, its structure and the main explicit and implicit elements are considered. The aspects and criteria for classification of this category are investigated. The essential characteristics of evaluation as a linguistic category are highlighted and the evaluation is analyzed from the position of separation of the plane of content and the plane of expression. Also the evaluation as the semantic component of the word and its means of expression is studied.

Key words: category of evaluation, object of evaluation, subject of evaluation, modal frame, axiology, evaluative scale, classification criteria, emotional and rational evaluation.

УДК 811.111'42

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТА КОРПУСНИЙ
МЕТОДИ АНАЛІЗУ КОНЦЕПТУ «INSULARITY»**

Зроблено спробу визначити термінологічне підґрунтя методології дослідження концепту INSULARITY. Комплексний аналіз концепту передбачає як традиційні методи дослідження, а саме – синтез, аналіз, описовий, структурний, кількісний, функціональний та семантико-когнітивний методи дослідження, так і лінгвокультурний та корпусний методи. Етнокультурному концепту INSULARITY характерне аксіологічне маркування та стереотипні ціннісні орієнтири. Корпусний підхід до дослідження концепту втілюється у відборі корпусу даних, тобто сформованої за певними правилами вибірки даних із проблемної області. Методика корпусного аналізу концепту INSULARITY полягає у статистичних методах аналізу, а саме – у визначенні частотності слів-номінацій у масиві текстів, а також у жанровому балансі корпусу. Контекстний аналіз уможливив дослідження лексем у складі контексту для встановлення семантичного наповнення досліджуваних одиниць.

Ключові слова: лінгвокультурний аналіз, корпусний аналіз, етнокультурний концепт, публіцистичний текст.

Постановка наукової проблеми. Предметною сферою лінгвокультурології є взаємодія культури та мови. У методах вивчення зв'язку мови, культури та національного менталітету лінгвокультурологія знаходить точки дотику із концептуальною та когнітивною парадигмами у лінгвістиці. У лінгвокультурологічних дослідженнях, на думку М.Л. Ковшової, поняття та методи етнолінгвістики, когнітивної та концептуальної лінгвістики існують у тісному зв'язку. Лінгвокультурологічний метод спрямований на “максимальну експлікацію процесів, які відбуваються у свідомості мовця” [9, с. 58].

Корпусна лінгвістика як напрямок прикладної лінгвістики визначає загальні принципи побудови лінгвістичних корпусів даних із використанням сучасних комп'ютерних технологій, окреслює методику відбору письмових та усних текстів та шляхи їх збереження та аналізу [16, с. 4].

Аналіз досліджень і публікацій провідних лінгвістів, а саме – С. Г. Воркачова, А.М. Баранова, І. Р. Гальперіна, Н. С. Болотнової та ін.. уможливив виявлення поняттєвого інструментарію дослідження для окреслення сутності лінгвокультурного та корпусного методів аналізу. У контексті нашого дослідження **метою** є встановлення методологічного підґрунтя для дослідження концепту INSULARITY. Поставлена мета передбачає вирішення наступних завдань: визначення термінологічного базису методології дослідження концепту та висвітлення лінгвокультурного та корпусного методів дослідження концепту INSULARITY.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. М.Л. Ковшова вкладає у розуміння концепту його приналежність до культурно-національної картини світу, яка трактується як багатовимірна система образів, уявлень, знань, та існує у свідомості як окремої мовної особистості, так і соціальної групи, етносу загалом, до якого дана особистість належить. Концепти, об'єктивуючись у мовних одиницях, віддзеркалюють фрагменти картини світу, сформованої та в процесі формування у семіотичній сфері культури, яка виражає смисли за посередництвом символів, еталонів, стереотипів і т.д. [9, с.63].

Із визнання концепту планом змісту мовного знаку, зазначає С. Г. Воркачов, слідує, що він вміщує окрім предметної віднесеності комунікативно значущу інформацію. Семантичний склад концепту включає прагматичну інформацію мовного знаку, пов'язану із його експресивною та іллокутивною функціями, що, на думку лінгвіста, співвідноситься із переживанням та інтенсивністю духовних цінностей. Етнокультурний компонент семантики мовних одиниць відображає мовну картину світу його носіїв [3, с. 65].

У нашому дослідженні комплексний аналіз концепту оперує низкою методів аналізу, які доповнюються лінгвокультурним аналізом, оскільки концепт INSULARITY, на наш погляд, є культурним концептом, якому властиве аксіологічне маркування та стереотипні ціннісні орієнтири. У концепті INSULARITY як “ментальному утворенні, маркованому

лінгвокультурною специфікою” авторизується “безособове та об’єктивістське поняття відносно етносемантичної особистості як закріпленого в семантичній системі мови базового національно-культурного прототипу носія цієї мови” [3, с. 67].

В.А. Мар’янчик стверджує, що ціннісна складова виявляється обов’язковим компонентом структури саме лінгвокультурного концепту [11, с. 57]. Ціннісність як базова характеристика співвідноситься із індивідуальною свідомістю, тобто концепт втілює цінність для людини, із науковим пізнанням, а саме – наукова цінність концепту для структурування картини світу, із культурою, яка є сукупністю цінностей, із мовою, через яку реалізується ціннісне відношення [11, с. 59].

Аксіологія та ціннісні орієнтири концепту INSULARITY свідчать, що INSULARITY є етнокультурним концептом, якому властивий градуальний характер, певна типологія оцінок, ціннісні функції та ієрархія ціннісного простору. Вербалізація концепту здійснює можливість людини виражати своє відношення до того, що відбувається у світі. Людина як творець оцінки та виразник емоцій розкриває свою культурну позицію [9, с. 69]. У результаті інтерпретації аксіологічно маркованого ад’єктива *insular* було виявлено компонент культурно-мовного значення, змістом якого є ціннісне відношення до світу.

INSULARITY, таким чином, виявляється аксіологічним концептом, тобто “ментальним конструктором, який зосереджує у собі знання, уявлення, поняття про духовні цінності” [11, с. 59], зокрема про морально-етичні, що було виявлено в результаті лінгвокультурного аналізу.

Важливим для методики нашого дослідження був корпусний аналіз електронних текстів Британського національного корпусу.

Поняття “корпусу” визначається як великий та структурований набір текстів, зазвичай в електронному вигляді, які використовуються для статистичного аналізу та перевірки гіпотез і випадків частотності, або обґрунтування мовних правил за певними сферами [17].

Баранов А. М. дефініює “корпус даних” як сформовану за певними правилами вибірку даних із проблемної області. Базові одиниці корпусу, зауважує У. Френсіс, виявляються окремими словами, короткими фразами, реченнями та словосполученнями [1, с. 112].

Захаров В. П. акцентує увагу на основних рисах сучасного корпусу текстів, а саме: мета, формат машинного читання, репрезентативність як результат особливої процедури відбору, наявність металінгвістичної інформації [7, с. 7].

Корпуси характеризуються з позиції репрезентативності, тобто здатністю корпусу віддзеркалювати всі властивості проблемної сфери, які стосуються певного типу дослідження [7, с. 115]; повноти, а саме – врахування релевантних явищ, навіть, якщо це не відповідає ідеї пропорційного звуження [7, с. 116]; економність, тобто властивість економити зусилля дослідника при вивченні проблемної області [там же]; структуризація матеріалу, а саме – визначення одиниць збереження корпусу не повинно бути складним [там же]; комп’ютерна підтримка реалізується у підтримці корпусу комплексом програм по обробці даних [7, с. 117]. Важливою рисою корпусу текстів є його морфологічна та синтаксична розмітки, які виявляються частиною анотації. Остання є черговістю додавання інформації до тексту, а також фізичне відображення цієї інформації. Поморфемна граматична дескрипція корпусу текстів є морфологічною розміткою, а надання тексту синтаксичної структури є синтаксичною розміткою [16, с.197-198; 12, с. 20]. Розмітки слугують для полегшення пошуку необхідних фрагментів за певними параметрами [12, с. 20].

Корпусна лінгвістика є джерелом матеріалу для дослідження мови, вона детермінує методику аналізу текстів, яка ґрунтується на основі корпусів. Репрезентативність корпусу визначає види дослідження текстів. Здебільшого методологічна сфера дослідження на базі корпусів включає наступні види аналізу: 1) дослідження компіляції корпусу; 2) комп’ютерний аналіз текстів; 3) квантитативний аналіз текстів [15, р. 245]. Первинними цілями такого виду досліджень є опис лінгвістичної структури та її варіантів, або опис певної групи текстів [15, р. 269].

Баранов А.М. вважає оптимізацію найважливішою властивістю методів прикладної лінгвістики, тобто “такий опис (модель) проблемної сфери, при якому ця сфера зберігає в результуючому уявленні тільки ті істотні властивості, необхідні для даного практичного завдання” [1, с. 7]. Вчений зауважує, що прикладний оптимізований опис повинен задовольняти лише конкретну задачу. Алгоритм прикладного опису виглядає так: 1) складення технічного

завдання; 2) аналіз проблемної сфери; 3) формування метамови, способів опису проблемної сфери, сумісних із іншими метамовами; 4) застосування метамови, тобто результуючої моделі проблемної сфери; 5) перевірка результуючої моделі. Підсумовуючи відмінності між прикладними та теоретичними моделями опису, автор вказує на орієнтування перших на конкретні мови, а не на мову загалом; потребу в більшій формалізації; вибіркоче використання знання про мову; відсутність розрізнення між лінгвістичними та екстралінгвістичними аспектами семантики мовних виражень; широкий інструмент моделювання” [1, с. 12].

Методи корпусного аналізу, таким чином, аналізують слововживання у текстах різної жанрової класифікації; використовують досить репрезентативну текстову підбірку; застосовують комп'ютерні програми аналізу; ґрунтуються на статистичному та якісному аналізах; виявляються цільовими, а саме спрямовані на конкретні результати; досліджують не тільки лінгвістичні явища, але й частотність відповідних одиниць аналізу в текстах корпусу та жанровому балансі.

Корпусний підхід у контексті нашого дослідження реалізувався на базі Британського національного корпусу, який вважається одним із найавторитетніших корпусів у сучасності. Правила розмітки, застосовані до вищезгаданого корпусу лягли в основу багатьох схожих систем. Корпус стимулював розвиток англомовної лексикографії, оскільки дані корпусу використовуються при укладанні словників [12, с. 21].

Методика аналізу концепту INSULARITY полягала у статистичних методах аналізу, а саме – у визначенні частотності слів-номінацій у Британському національному корпусі загалом, в періодичних виданнях зокрема, а також у жанровій специфікації текстів корпусу. Частота вживання досліджуваних лексем виявилась досить низькою, що виключило можливість застосування певних статистичних формул через ймовірну недостовірність результатів аналізу [15, р. 268].

Контекстний аналіз уможливив аналіз лексем у складі контексту, виокремленого із текстів корпусу, що дозволило прослідкувати актуалізацію різних значень лексем, тобто доповнило семантичний аналіз слів. Контекстний аналіз також застосовувався як дистрибутивна методика, спрямована на вивчення лексичної сполучуваності, тобто синтагматичних відношень.

Розглянемо детальніше характеристику публіцистичних текстів, які слугували матеріалом дослідження лексем-номінацій INSULARITY.

І.Р. Гальперін визначає типовий текст як “витвір мовленнєво-творчого процесу, який володіє завершеністю, об'єктивований у вигляді письмового документу, літературно опрацьований у відповідності із типом цього документу, витвір, який складається із назви (заголовку) та ряду особливих одиниць, об'єднаних різними типами лексичного, граматичного, логічного, стилістичного зв'язку, який має певну цілеспрямованість та прагматичну установку” [4, с. 18].

Питання про тлумачення та розмежування термінів текст та дискурс вважаються дискусійними. Наприклад, Н.В. Петрова трактує аналіз тексту як частину аналізу дискурсу. Під дискурсом лінгвіст розуміє складну комунікативну подію, а текст виявляється частиною дискурсу, його знаковим продуктом [10, с. 30]. Кузнецова Н.В. підсумовує відмінності в інтерпретації тексту і дискурсу висновком, що поняття “дискурс” вживається у випадку підкреслення зв'язку тексту – “витвору мовленнєво-творчого процесу” – із “живим життям”, із прагматичною ситуацією [10, с. 31].

К.С. Щелкунова акцентує увагу на існуванні погляду щодо складності виокремлення саме публіцистичних текстів із текстового масиву, що сприяло використанню терміну “журналістський текст”, аргументом заміщення понять слугувала відсутність прив'язки до конкретного стилю. Автор вважає синкретизм природньою властивістю публіцистичного тексту, тому термінологічне дроблення в даному випадку є недоцільним [14, с. 76].

Деякі лінгвісти прирівнюють медіа-тексти до текстів, розповсюджених ЗМІ [14, с. 76]. К.С. Щелкунова вважає поняття медіа-тексту у вузькому значенні, а саме як ПР-тексти, обмеженим інформаційною функціональністю, та пропонує використання даного терміну у широкому значенні – “для позначення всіх типів текстів, які розповсюджуються за посередництвом каналів масової інформації”. Феномен тексту в масовій комунікації включає такі різновиди як публіцистичний, рекламний та ПР-тексти [14, с.77].

Н.В. Кузнецова зауважує, що у дослідженні медіа-текстів є своя специфіка, розкриваючи її визначенням В.З. Дем'янка, в якому йдеться про відмінність тексту журналіста від тексту

художньої літератури та наукового тексту у націленості на подачу подій в їхній актуальності. Очікування від ЗМІ полягає у повідомленнях про новини [10, с. 11]. Медіа-текст компонується із газетних статей, радіопередач, телевізійних новин та інших видів ЗМІ [5, с. 29], які диференціюються на тексти онлайн та офлайн форматів, перші передбачають інтерактивність, наявність гіпертекстових посилань і т.д., другі – радіо, телебачення та преса – не залежать від електронно-інформаційних мереж, та не характеризуються інтерактивністю [8, с. 242].

Функціональний стиль масової комунікації втілюється у текстах ЗМІ, представлених у газетах, журналах, а також трансляціях по радіо, телебаченні та мережі Інтернету. Вищезгаданий стиль характеризується стилістичною антигомогенністю [13, с. 67], а саме – єдністю функціонально-стилістичного різноманіття; різноформатністю представлення в ЗМІ, тобто особливостями репрезентації у кожному виді ЗМІ [6, с. 75].

Лінгвокогнітивні особливості концепту INSULARITY першочергово втілюються в публіцистичних текстах, представлених електронними текстами Британського національного корпусу. В нашій роботі публіцистичний текст розглядається як вид аргументованого тексту, а саме – різновид тексту ЗМІ, спрямований на інформування та вплив на читача; кожний елемент системно-структурної організації тексту [2, с. 64] поєднаний в прагматико-аксіологічному та комунікативно-типологічному аспектах та несе відповідне семантичне та стилістичне навантаження. Невід’ємними характеристиками тексту є цілісність, прагматичність, зв’язаність та завершеність.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Аналіз публіцистичних текстів виявляє певні ціннісні орієнтації, оскільки аксіологічна структура притаманна всім текстам. Факт створення тексту та фіксації лексичними одиницями свідчить про значущість предметів та явищ, тобто про їх включення в аксіосферу автора тексту. Аксіологічне наповнення тексту реалізується на глибинному смисловому та поверхневому мовних рівнях [11, с. 193]. Ціннісні опозиції формуються концептуальною структурою тексту. Будь-який медіа-текст відображає ціннісну ієрархію [11, с. 194]. Викладені вище теоретичні засади та практичне застосування лінгвокультурного та корпусного методів дослідження концепту можуть бути доповнені традиційними методами аналізу та у комплексі скласти методологічне підґрунтя для дослідження концепту INSULARITY, що у контексті нашого дослідження є перспективною подальшої розробки теми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие/ А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста. Часть III. Структура текста. Текстобразующие возможности языковых единиц. Факторы текстообразования/ Н.С. Болотнова. – Томск : Изд-во Томского государственного педагогического университета 2005. – 272с.
3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании/ С. Г. Воркачев// Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64 – 72.
4. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования/ И. Р. Гальперин. – М. : УРСС, 2004. – 137 с.
5. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: учеб. пособие/ Т. Г. Добросклонская. – М. : Университет, 2008. – 116 с.
6. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования в современной английской медиаречи)/ Т. Г. Добросклонская. – М.: Эдиториал УРСС, 2005. – 288 с.
7. Захаров В. П. Корпусная лингвистика: учебник для студентов гуманитарных вузов/ В. П. Захаров, С.Ю. Богданова. – Иркутск : ИГЛУ, 2011. – 161 с.
8. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций терминов/ Л. М. Землянова. – М. : МГУ, 2004. – 416 с.
9. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры/ М. Л. Ковшова. – М. : Книжный дом “Либроком”, 2012. – 456 с.
10. Кузнецова Н. В. Публицистический текст. Лингвистический анализ: Учебное пособие/ Н. В. Кузнецова, О.В. Трофимова. – М.: Флинта, Наука, 2010. – 183 с.
11. Марьянич В. А. Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста/ В. А. Марьянич. – М. : Книжный дом “Либроком”, 2013. – 272 с.
12. Шилихина К. М. Основы прикладной лингвистики: Учебное пособие/ К. М. Шилихина. – Воронеж, 2006. – 51с.
13. Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях/ Д. Н. Шмелев. – М.: Наука, 1997. – 167 с.
14. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование: Учебное пособие/ Е. С. Щелкунова. – Воронеж: ВГУ, 2004. – 194 с.

15. Biber D. *Corpus Linguistics: Investigating language structure and use*/ D. Biber, S. Conrad, R. Reppen. – Cambridge University Press, 2004. – 311p.
16. McEnery T. *Corpus Linguistics: An Introduction*/ T. McEnery, A. Wilson. – Edinburgh University Press, 2004. – 247p.
17. Wikipedia// Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki>.

Бурдейная О. Лингвокультурный и корпусный методы анализа концепта INSULARITY.

В статье предпринята попытка определить терминологическое основание методологии исследования концепта INSULARITY. Комплексный анализ концепта предусматривает как традиционные, методы исследования, а именно – синтез, анализ, описательный, структурный, количественный, функциональный и семантико-когнитивный методы, так и лингвокультурный и корпусный методы. Этнокультурному концепту INSULARITY характерно аксиологическое маркирование и стереотипные ценностные ориентиры. Корпусный подход к исследованию концепта реализовался в отборе корпуса данных, то есть сформированной за определенными правилами выборке данных с проблемной области. Методика корпусного анализа концепта INSULARITY заключается в статистических методах анализа, а именно – в определении частотности слов-номинаций в массиве текстов, а также в жанровом балансе корпуса. Контекстный анализ сделал возможным исследование лексем в составе контекста для установления семантического наполнения исследуемых единиц.

Ключевые слова: лингвокультурный анализ, корпусный анализ, этнокультурный концепт, публицистический текст.

Burdeina O. Linguocultural and Corpus-Based Methods of Analysis of the Concept INSULARITY.

The article focuses on the identification of the terminological basis of research methodology of the concept INSULARITY. Complex analysis of the concept presupposes not only traditional methods of investigation, such as – analysis and synthesis, descriptive, structural, quantitative, functional, semantic and cognitive methods, but also linguocultural and corpus-based methods. Ethno-cultural concept INSULARITY is characterized by axiological marking and stereotypical value orientations. Corpus-based approach to the investigation of the concept realizes in the selection of the corpus data – formed according to certain rules choice of data from a problem domain. Methodology of the corpus-based analysis of INSULARITY involves statistical methods of analysis, that is, determination of the frequency of the lexemes-nominations in the texts and in the genre balance of the corpus. Context analysis has made it possible to investigate the words in context for the meaning determination of lexical units under study.

Key words: linguocognitive analysis, corpus-based analysis, ethno-cultural concept, publicistic text.

Наталія Гошилик
(Івано-Франківськ)

УДК 811.111:81'42:115

**АКТУАЛІЗАЦІЯ СХЕМНИХ ОБРАЗІВ “ШЛЯХ” ТА “ЦИКЛ”
У НАРАТИВНОМУ ТИПІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ**

Досліджено особливості актуалізації схемних образів ШЛЯХ та ЦИКЛ у наративному типі висловлювання публіцистичного дискурсу. Обґрунтовано необхідність розгляду часової семантики у когнітивно-дискурсивній парадигмі з уваги на їх передконцептуальну сутність. Проаналізовано основні підходи до розуміння дискурсу та наративного типу висловлювання у публіцистичному дискурсі. Запропоновано розрізнення сенсорних, первинних, пов'язаних з логічною чи візуальною перцепцією, та соціокультурних, які належать до календарної системи літочислення, засобів вербалізації часу. З'ясовано, що для наративного типу висловлювання публіцистичного дискурсу характерним є превалювання схемного образу ШЛЯХ, який реалізують переважно сенсорні засоби вербалізації часу.

Ключові слова: схемний образ ШЛЯХ, схемний образ ЦИКЛ, сенсорний, соціокультурний, наративний тип висловлювання, дискурс.

Постановка наукової проблеми. Інтерес до питань онтології часу притаманний культурній історії людства в усі періоди, оскільки час належить до числа базових категорій, у термінах яких людина осмислює світ. На різних етапах розвитку цивілізації наївні уявлення людини про час варіювали від цілковитої атемпоральності до визнання часу ваговою цінністю. Численні іпостасі часу, зорганізовані навколо опозицій «субстанційність» :: «реляційність», «абсолютність» :: «відносність», «суб'єктивність» :: «об'єктивність», «кількість» :: «якість», вивчаються точними та гуманітарними науками; серед останніх чільне місце посідає лінгвістика.

Предметом уваги мовознавців є закономірності репрезентації часу мовними засобами. Традиційна лінгвістика опікується переважно граматичними засобами вираження темпоральних відношень, тоді як лінгвістика функціональна приділяє увагу також і особливостям їх втілення у мовних одиницях інших рівнів, зокрема лексичного. У функціональній лінгвістиці різнорівневі засоби мовної репрезентації часових відношень структуровані функціонально-семантичною категорією темпоральності, що має польову структуру. Ядром цієї категорії є граматичні засоби мовного втілення часу, а периферію складають лексичні та фразеологічні мовні одиниці.

Когнітивно-дискурсивний напрям лінгвістичних досліджень, що є відгалуженням функціоналізму, при вивченні категорії темпоральності дещо зміщує дослідницький акцент: у фокусі уваги науковців, які працюють у цьому річищі, опиняються закономірності відбиття у мовних знаках наївних уявлень людини про час. З'ясування того, в який спосіб мова лексикалізує час, надає важливу інформацію не тільки про закономірності концептуалізації часу людською свідомістю, але й про його онтологію та структурну організацію.

Метою розвідки є аналіз актуалізації схемних образів часу як вияву його передконцептуальної природи у наративному типі висловлювання публіцистичного дискурсу. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**: (1) проаналізувати основні підходи до дослідження дискурсу; (2) охарактеризувати наративний тип висловлювання; (3) дослідити приклади актуалізації схемних образів ШЛЯХ та ЦИКЛ у наративному типі висловлювання.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Темпоральний тезаурус базується на дихотомічній структурі взаємодії людини з навколишнім світом, а саме на часобаченні людини (у феноменологічній сутності) та її часопізнанні (відповідно до суспільних канонів). Постулюючи складноструктурованість часу, його розуміння як ментального конструкту, ми спробуємо визначити особливості актуалізації схемних образів часу у наративному типі висловлювання публіцистичного дискурсу.

Варто зазначити, що термін «дискурс» використовують сьогодні у багатьох галузях наукового знання, однак він не має однозначного трактування (див. огляди останніх років у [2; 3]), що передусім пов'язано з природою позначуваного ним поняття, його належністю до системи світоглядних.

У лінгвістиці зміст цього терміну варіює від вузького структуралістського тлумачення дискурсу як «будь-якого фрагмента мови, довшого, аніж одне речення, що має певну форму організації зв'язності та єдності» [9, с. 261] до широкого функціонального розуміння дискурсу як тексту у позалінгвальному контексті (ситуаційному або культурному).

Виходячи з широкої дефініції дискурсу Н.Д. Арутюною як «мовлення, зануреного в життя» [5, с. 137], ми розглядаємо дискурс як текст в ситуаційному контексті, єдність процесу та результату мисленнєво-комунікативної діяльності, здійснюваної за посередництвом мови [7].

У центрі нашої уваги перебувають конкретні (одиночні) ситуації, певні характеристики яких впливають на дискурсну актуалізацію тих або інших когнітивних сутностей внаслідок уживання в цих ситуаціях лексичних одиниць темпоральної семантики.

Термін «типи висловлювання» (за А.О. Кібриком, також «типи пасажів» [4, с. 23]) використовують на позначення добре відомого літературознавцям та лінгвістам розмежування дескриптивного, наративного, аргументативного тощо типів мовлення, або літературно-репрезентаційних форм. Перелік цих типів мовлення демонструє істотні відмінності у різних дослідників. У цілому можна вважати, що на сьогодні він є відкритим.

Услід за К.С. Сміт, у публіцистичному дискурсі ми розрізняємо наративний, дескриптивний, репортажний, інформативний та аргументативний типи висловлювання, розуміючи, що кожен з них робить свій внесок у текст та має відмінні лінгвістичні риси [11, с. 8].

Наративний тип висловлювання характеризує позначення подій та станів, розповідь будують на послідовному викладі подій. Йому притаманна динамічна темпоральність та чітко визначені часові орієнтири. У публіцистичному дискурсі наративний тип висловлювання зберігає свої темпорально зорієнтовані ознаки – динамізм викладу, визначені часові координати. Цей тип висловлювання є типовим для публіцистики, такого регістру дискурсу, що впливає на суспільну свідомість шляхом інформування про події, формує її за посередництвом засобів пропаганди, суспільного та політичного виховання.

Прослідкуємо реалізацію схемних образів ШЛЯХ та ЦИКЛ, як засобів передконцептуального втілення сенсомоторного досвіду людини (про схемні образи чи образ-схеми див. детальніше [1]), беручи до уваги особливості визначених типів висловлювання та специфіку вербалізації часу, тобто звертаючи увагу на сенсорні та соціокультурні засоби його маніфестації. Оскільки час становить собою феноменологічну суть, яка поєднує внутрішній, суб'єктивний досвід людини, що пізнає світ, та об'єктивну дійсність, концепти, базовані на схемних образах часу, ми розподілили на дві групи відповідно до способу сприйняття – сенсорні та соціокультурні.

Сенсорні характеристики часу є первинним способом сприйняття навколишньої дійсності у її темпоральному ракурсі. Ці характеристики охоплюють явища, які піддаються безпосередньому сприйняттю і візуальній чи логічній перцепції та містять позначення відношення до фізичного світу у своєму визначенні. До таких належать лексеми, які актуалізують концепт ПЕРІОД ЧАСУ, наприклад, *day, year, night, evening*.

Соціокультурні характеристики часу є відображенням уявлень про форми його існування, функціонування та структурну організацію. Визначальними є антропоцентрична спрямованість, адже саме людина, маніпулюючи, розподіляє свою діяльність у часі та надає потрібної темпоральної структури природному плину подій.

Отже, соціокультурні одиниці визначає належність до календарної, створеної людиною системи літочислення. Наприклад, назви днів тижня – *Sunday, Monday, Tuesday, Wednesday, Thursday, Friday, Saturday* є частиною календарної системи, яка створена людиною задля регламентації своєї життєдіяльності та узгодження суспільного устрою, тому ці лексеми належать до соціокультурних. Словосполучення *Thanksgiving Day* позначає свято, яке є традицією для американської культури – день подяки, а тому є прикладом уніфікованої системи літочислення соціуму США та, відповідно, прикладом соціокультурних засобів вербалізації часу.

До соціокультурних одиниць ми відносимо назви днів тижня, назви місяців, назви свят.

Наративний тип висловлювання передбачає оповідь про події у певній секвенції. У публіцистичному дискурсі цим типом висловлювання досягається динамічність викладу. Йому притаманне вживання часових маркерів. Дослідження мовного матеріалу свідчить про чітку тенденцію превалювання темпоральних одиниць, пов'язаних зі схемним образом ШЛЯХ. Для ілюстрації цього проаналізуємо фрагменти наративного типу висловлювання у публіцистичному дискурсі.

Перший текстовий фрагмент є показовим у плані постійного підкріплення оповіді часовими маркерами: *At the end of the decade he was leader of the Conservative party, almost universally tipped to become prime minister at the next election within six months. After Eton and Oxford (graduating in 1988 with a first in politics, philosophy Instead he became part of the young «brat pack» working 18 hours a day to help Major secure his unexpected election win in 1992..... He failed to win several safe Tory nominations and fought – but lost – Stafford in 1997. ... In 1996 – at 29 – he had married Samantha Sheffield, a heiress who, like himself, was socially well-connected. Their gilded existence received a traumatic jolt in 2002 when the first of their three children, Ivan, was born with cerebral palsy. He died in 2009. Shaun Woodward's defection to Labour opened up the chance to win vacant Witney, not far from his childhood home in Berkshire. Elected in 2001, Cameron first busied himself on the home affairs select committee <...> (Guardian, 31 December, 2009).*

Усі темпоральні конструкції у цьому фрагменті (окрім *18 hours a day* та *within six months*) однаково позначають часову локалізацію події за допомогою вказівки на точний рік події (*in 1996... in 2009*) або ж невизначено, рефренцією до частини часового проміжку (*at the end of the decade*).

Усі одиниці, співвідносні з точками на часовій осі, опираються на схемний образ ШЛЯХ. Схемний образ ЦИКЛ у цьому текстовому фрагменті є підґрунтям для темпоральних конструкцій *18 hours a day* та *within six months*. У першому випадку циклом є часовий проміжок тривалістю 18 годин на добу, у другому – 6 місяців.

Серед лексеми, що базуються на схемному образі ШЛЯХ, є соціокультурні (*in 1988, in 1992* і т.д.) та сенсорні (*at the end of the decade*). На схемний образ ЦИКЛ спираються номінації із сенсорною семантикою *18 hours a day* та *within six months*.

Цей фрагмент нарративного типу висловлювання є прикладом взаємоіснування схемних образів ШЛЯХ та ЦИКЛ зі значним превалюванням схемного образу ШЛЯХ.

Секвенція подій у цьому фрагменті має чітку хронологію – від одного року до іншого і т.д. Темпоральна конструкція *at the end of the decade* розуміється з контексту як останній період десятиліття, яке відраховується від 2009 р. – дати смерті головного героя та дати написання статті.

Наступний текстовий фрагмент ілюструє нарративний тип висловлювання та є прикладом використання темпоральних засобів для позначення трьох точок на часовій осі – точки, що актуалізують концепти МИНУЛЕ, ТЕПЕРІШНЄ та ЧАСОВА ТОЧКА:

Shooting Stars (BBC2) was another return to auld lang syne. Fifteen years ago, Reeves and Mortimer pulled the rug from under panel shows with a jerk that sent their legs in the air. <...> Matt Lucas in a pink romper suit looked as if he might at any moment burst out of his cocoon and become something huge and hungry. <...> Johnny Vegas remembered Vic and Bob asking him, «Are you drinking tonight?» (a question with which he was all too familiar), and adding reassuringly, «Because we are» (Guardian, 31 December, 2008).

Усі три темпоральні конструкції базовані на схемному образі ШЛЯХ, що реалізується за допомогою засобів мовного втілення сенсорних концептів: *fifteen years ago* – референцією до минулого та позначенням точки на часовій осі у минулому; *at any moment* – позначенням одиначної точки на часовій осі без лексичних засобів визначення часу розгортання дії – минулого, теперішнього чи майбутнього; *tonight* – референцією до моменту мовлення.

Розглянемо приклад використання обох схемних образів: *We sat next to each other at the grammar school the following year that was an all boys' school but for the time being we were surrounded and preoccupied by girls and booze ... and we'd both fallen in love ... and it was Christmas. Our teacher, Mr. Mann, was quite scary, especially if you forgot your recorder, but he was a genius. <...> As part of the Christmas jollities one afternoon, Mr. Mann had shown us all how to take the piano to pieces and put it back together, something I had to do a few times myself as I dragged the piano my dad bought a couple of years later up and down the narrow staircases of my first London homes* (Guardian, 2 December, 2008).

Зі схемним образом ШЛЯХ у наведеному прикладі пов'язані соціокультурні засоби – назва свята, яке не мало циклічної реалізації (*Christmas*) та сенсорні – номінації відрізків часу (*one afternoon, the following year, for the time being, a couple of years later*).

Проаналізуємо темпоральні конструкції, які спираються на схемний образ ШЛЯХ. Ці конструкції позначають час різними способами, а саме: опосередковано (*the following year, for the time being, a couple of years later*); невизначено (*one afternoon, Christmas*). Ідентифікувати часову належність цих конструкцій можливо, враховуючи теперішнє як момент мовлення, у наступних випадках: *the following year* – майбутнє відносно точки мовлення, *for the time being* – теперішнє, що ототожнюється з моментом мовлення у широкому сенсі, *a couple of years later* – майбутнє відносно точки мовлення. Позначення точок на часовій осі ґрунтується на схемному образі ШЛЯХ. Характерно, що у цьому фрагменті схемний образ ЦИКЛ пов'язаний з темпоральною конструкцією *the Christmas jollities*, яка атрибутивно позначає час, тобто те, що приносить радість на Різдво. Цикл, який позначено, не має визначеної тривалості, його характеризує часова локалізація.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок Отже, для нарративного типу висловлювання публіцистичного дискурсу характерним є співіснування схемних образів ШЛЯХ та ЦИКЛ, однак, як свідчить аналіз мовного матеріалу, в цьому типі

висловлювання превалює схемний образ ШЛЯХ, який реалізують переважно сенсорні засоби вербалізації часу. З огляду на отримані результати перспективним вважаємо дослідження реалізації схемних образів часу в інших типах висловлювання як публіцистичного, так і інших видів дискурсу, зокрема художнього.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гошилик Н.С. Схемні образи часу в сучасній англійській мові : монографія / Наталія Гошилик. – Івано-Франківськ : НАІР, 2013. – 220 с.
2. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты / В.С. Григорьева. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
3. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / під ред. І.С. Шевченко. – Харків : Константа, 2005. – 356 с.
4. Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе. дис. ... докт. филол. наук. : 10.02.19 / Кибрик Андрей Александрович. – М., 2003. – 90 с.
5. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с.
6. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П. Мартинюк. – Харків : Видавництво ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 194 с.
7. Шевченко И.С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование / И.С. Шевченко, Е.И. Морозова // Вісник Харків. нац. ун-ту. – 2003. – № 586. – С. 33-38.
8. Gurdian [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.guardian.co.uk>
9. Harris Z.S. Textanalyse / Z.S. Harris // Beschreibungsmethoden des amerikanischen Strukturalismus / Ed. E. Bense, P. Eisenberg, H. Haberland. – München : Hueber, 1975. – S. 261-298.
10. New York Times, The [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com>
11. Smith S.C. Modes of Discourse. The Local Structure of Text / C.S. Smith. – New York : Cambridge University Press, 2003. – 320 p.

Гошилык Н. Актуализация схемных образов ПУТЬ и ЦИКЛ в нарративном типе изложения.

В статье показаны особенности актуализации схемных образов ПУТЬ и ЦИКЛ в нарративном типе изложения публицистического дискурса. Обоснована необходимость рассмотрения временной семантики в когнитивно-дискурсивной парадигме, принимая во внимание их предконцептуальную сущность. Проанализированы основные подходы к пониманию дискурса и нарративного типа изложения в публицистическом дискурсе. Предложено разграничение сенсорных, первичных, связанных с логической или визуальной перцепцией, и социокультурных, принадлежащих к календарной системе исчисления, средств вербализации времени. Определено, что для нарративного типа изложения публицистического дискурса характерно превалирование схемного образа ПУТЬ, который реализуют преимущественно сенсорные средства вербализации времени.

Ключевые слова: *схемный образ ПУТЬ, схемный образ ЦИКЛ, сенсорный, социокультурный, нарративный тип изложения, дискурс.*

Goshylyk N. The Actualization of the Image Schemas PATH and CYCLE in the Narrative Mode of Discourse.

The article deals with the peculiarities of the actualization of the image schemas PATH and CYCLE in the narrative mode of the mass-media discourse. The necessity of the investigation of the time semantics in the cognitive-discursive paradigm, taking into account their preconceptual basis, has been stated. The article focuses on the analysis of the main approaches to the understanding of the discourse and the narrative mode in mass-media discourse. The sensory, primary, logically or visually perceived means of time manifestation and sociocultural, belonging to the calendar system, means of time manifestation are singled out. It has been shown that the image schema PATH, realized by means of the sensory means of time verbalization, is prevailing in the narrative mode of mass-media discourse.

Key words: *image schema PATH, image schema CYCLE, sensory, sociocultural, narrative mode, discourse.*

Ганна Давиденко
(Вінниця)

УДК 811.112.2:821.112.2-343

КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ДИСКУРСУ НІМЕЦЬКОЇ НАРОДНОЇ КАЗКИ

Досліджено характеристики дискурсу німецької народної казки, осмислено його когнітивно-прагматичну спрямованість. Дискурс казки визначається як складне комунікативне явище, яке, крім особливого лексичного наповнення, включає ще й екстралінгвістичні фактори – знання про світ, думки, установки, цілі адресата, необхідні для розуміння змісту тексту. За такого підходу казковий текст стає одним із шляхів усвідомлення тематичних і композиційних особливостей народної творчості, історико-культурних особливостей лексичних одиниць, що наповнюють сам текст, надають йому художню яскравість, цінність, національно-культурну своєрідність. У дослідженні увага фокусується на багатоаспектності, специфічній композиції та підпорядкованості дискурсу казки законам казкового жанру. Встановлено, що когнітивно-прагматичний аспект казкового простору, окрім мовлення персонажів, віддзеркалюється у його структурних блоках, оповіді, дескрипції образів персонажів та в їхніх іменах.

Ключові слова: німецька народна казка, казковий дискурс, когнітивно-прагматичний аспект казки.

Постановка наукової проблеми. *Об'єктом* дослідження у статті є німецька народна казка, *предметом* – когнітивно-прагматичний аспект дискурсу німецької народної казки. Дискурс, як складне багатопланове явище, перебуває у центрі уваги сучасної лінгвістики. У межах дискурсивних досліджень знаходяться проблеми взаємодії мови, людини, культури.

Метою цього дослідження є встановлення та інтерпретація мовних одиниць, які беруть участь в об'єктивації відношень, розкривають особливості мови як системного формального явища. При цьому важливою є специфіка мови як частини культури певного народу, її застосування у відповідності з нормами мовленнєвої поведінки представників етносу. **Актуальність** постановки питання зумовлено тим, що вивчення дискурсивних характеристик німецької народної казки ще не було предметом спеціальної уваги з боку німецьких та українських лінгвістів. **Наукова новизна** роботи полягає у тому, що вперше здійснюється спроба дослідити когнітивно-прагматичний аспект дискурсу німецької народної казки. **Фактичним матеріалом** дослідження є приклади із 212 німецьких народних казок, зафіксованих на письмі братами Грімм зі збереженням автентичної форми та змісту текстів (загальний обсяг – 2465 сторінки) зі збірника “*Kinder- und Hausmärchen*“ (G). **Теоретичною базою** дослідження послужило положення про нерозривність мови і культури народу: значення мовних одиниць відображають специфіку національної картини світу (В. фон Гумбольдт; Л.Вайсгербер; А.Вежицька та ін.).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Дослідження теоретичних засад когнітивно-прагматичних основ дискурсу визначається нагальною потребою вирішення методологічних питань однойменної парадигми досліджень [16, с.9]. За визначенням І.А. Бехти, дискурс – явище динамічне, яке бере до уваги сукупність процесів, що формують мовленнєве повідомлення [4, с.99]. Дискурс – це мовлення, занурене у життя [2, с.136-137], яке розкриває дію комуніканта з усіма його інтенціями, знаннями, установками, особистим досвідом [8, с.419]. Сьогодні лінгвістика розглядає дискурс як цілеспрямовану дію, орієнтовану на досягнення поставленої мети, враховуючи при цьому соціальні, психолінгвістичні та екстралінгвістичні фактори його дієвості [13, с.194].

З іншого боку, дискурс – це процес комунікації, який являє собою передачу результатів когнітивних процесів іншим людям [8, с.325]. Текст, як його вербальна складова, інтегрує як лінгвальні, так і екстралінгвальні фактори [5, с.200]. З позицій прагмалінгвістики виокремлюються базові категорії дискурсу: учасники спілкування, контекст, мета і стиль; увага науковців фокусується на жанрових, змістовних та конструктивних категоріях.

Дискурс німецької народної казки, як різновид художнього дискурсу, формується і функціонує у безперервному процесі становлення, де різні форми і види мовлення утворюють

ціннісно марковані парадигми на основі суспільно та професійно визначеної ситуації спілкування. Докорінна відмінність художнього дискурсу від побутових та інших культурно-орієнтованих дискурсів полягає у його цілеспрямованій вторинності стосовно первинних жанрів мовлення (концепція мовних жанрів М.М. Бахтіна) [3, с. 237-280] та у його здатності творити багаторівневу структуру смислів [4, с. 111]. Термін “дискурс казки” може означати форму мови, видозмінювані формальні риси або форму комунікації, набір умовностей, узгоджених між авторами (у нашому випадку – німецької народної казки, народом та братами Грімм) і читачами.

Дискурс німецької народної казки відбиває певні риси культури народу, його життєву етнічно орієнтовану філософію. Саме тому дискурс казки є багатофункціональним. Головне його призначення – розважити, розвеселити, заспокоїти повчити, застерегти. Типовими для казки будь-якого народу є емоційність та репрезентація кращих рис соціуму [20, с. 238].

За дослідженнями фольклористів, специфічна композиція казок регулюється певними законами, особливими традиційними формулами розповіді, що обмежує свободу тексту казки [10, с. 43]. Дієвими тут є закон поступової еволюції (від спокою до дії та від дії до спокою), закон повторення, закон протилежності (розумний – дурень, добрий – поганий та ін.), закон наслідування подій, вигадки, витівки. Дискурсу казки притаманні лінійність, циклічність, інформативність, інтегральність, стильова функціональність, завершеність і прагматична спрямованість. Характерними для казки є ригористична композиція, підпорядкованість певним законам, особливі традиційні формули розповіді, семантичні універсалії. Різномасштабні мовні одиниці засвідчують, що дискурс казки є інтегральною частиною художнього [15, с.3]. Специфіка та індивідуальність казкового дискурсу дозволяють віднести його до одиниць, які підлягають моделюванню. Композиційна схема казки є регламентованою, а моделі сюжетного розвитку різних казкових текстів є в цілому ідентичними.

Серед універсалів казки особливе місце посідають категорії хронотопа і антропоса. Дискурс казки вирізняється обов’язковою тривимірністю – категоріями Часу, Простору і Людини, що специфічно семантизуються та експлікуються у казковому просторі.

Казка породжується у певній ситуації та віддзеркалює досвід соціуму. Моделювання людських життєвих ситуацій, комунікативна функція, інтеграція наратора, героя та читача, когніція позитивних чи негативних сторін життя, навчання добру є базисними універсаліями казки.

У казковому тексті відбивається життя суспільства, взаємини між людьми, мораль та етика народу, його мрії та сподівання. У цьому жанрі художнього дискурсу сконцентровані одвічні категорії Добра і Зла (*Gut-Böse-Kategorie*), Правди і Брехні (*Wahrheit/Lüge*), Щастя та Лиха (*Glück/Unglück*) [19, с. 16]. Боротьба Добра зі Злом, віра у перемогу справедливості обумовлюють універсальне щасливе завершення казок та розвиток їх сюжету [10, с. 40], [14, с. 4], [15, с. 7]. Адресат засвоює моральні та етичні норми поведінки казкових героїв, дізнається про події, що мали місце у житті, осмислює їх значущість.

Дискурс казки є багатошаровим. У найдавнішому пласті казок – архаїчному – зафіксовані ритуальні обряди, міфологічні уявлення, вірування у злих духів, інформацію про яких і отримували слухачі, пізнаючи навколишній світ. Згодом ідеї тотемізму слабнуть і на перший план виходить герой, який бореться з силами природи та злом у світі, тим самим створюючи моделі адекватної поведінки і збагачуючи національний досвід [18, с. 18].

Когнітивна функція дискурсу казки когерентна з пізнавальною, кумулятивною – передати адресату необхідні знання про минуле, наставити на майбутнє. Сконструйований як паралельний, кожен казковий текст містить художньо орнаментовану вигадку [10, с. 27].

Композицію казки обіймають інтродуктивний, медіальний, та фінальний блоки. Кожен із блоків несе в собі когнітивно-прагматичну інформацію антропоцентричного спрямування: в інтродуктивному та фінальному блоках діє інтеграція казкаря та читача, у медіальному – казкаря та персонажів.

Інтродуктивний блок складається з облігаторних для дискурсу казки заголовка та зачину, що орієнтують читача, вводять тему, ситуацію, дійових осіб. Медіальний блок розкриває і описує фабулу казки, її ірреальні події, взаємовідносини між героями, їх вчинки. Головний компонент медіального блоку – дія [10, с. 43]. Тут сконцентрована основна інформація усього тексту казки і саме у цьому блоці яскраво представлена когнітивна функція дискурсу казки: пізнання життя у

його різноманітних проявах. Фінальний блок підбиває підсумки розвитку казкової дії, самої розповіді та являє собою завершення, у якому все закінчується добре і зло покаране [19, с. 24].

Процес пізнання світу завдяки казці здійснюється не лише через опис перебігу подій, а й через образи персонажів та самого наратора. Семантика тексту казки становить особливий інтерес у плані вивчення інформації в образах текстів цього жанру, що сприятиме з'ясуванню механізмів об'єктивації знань про світ у мовних формах. Художні образи персонажів, які представлені у текстах казок, є носіями концептуальної інформації. Текст казки є вербальним повідомленням, що передає предметно-логічну, естетичну, образну, емоційну та оцінну інформацію, яка оформилась в ідейно-художньому змісті тексту в єдине ціле [6, с. 5].

Основними характеристиками казкового тексту є обмеженість та стереотипізація дійових осіб. Персонажі чарівної казки перетворилися на знаки та символи абстрактних категорій добра, зла, прекрасного, потворного, чарівного, адже у казках сконцентровано життєвий досвід, накопичений людством упродовж тривалого часу, та індивідуальні фантазії безіменних виконавців, які трактують казковий сюжет на власний розсуд.

Комунікативна спрямованість художнього казкового твору є валідною завдяки існуванню епіцентру *наратор – персонаж – читач* [9, с. 32]. Характерною особливістю цього спілкування є те, що автор може звертатись до адресата через своїх героїв або безпосередньо сам. Саме тому, провести чітку межу між авторським голосом і голосом персонажа іноді надзвичайно складно. Світ оповідача у цьому зв'язку набуває особливої значущості. Він, з одного боку, розкриваючи окремі аспекти тексту, полегшує сприйняття текстового матеріалу, а з іншого, зливаючись зі світом персонажів, – ускладнює рецепцію у діалозі автора і читача. Основна риса художнього дискурсу, а відтак і дискурсу казки, полягає у тому, що він є незалежною модальною структурою [4, с. 114]. Художній твір презентує особистість свого наратора як сукупність ідей на рівні їх мовної репрезентації.

Виходячи з того, що дискурс казки являє собою завершений текст, у якому усі комунікативно значущі частини є взаємообумовленими, приходимо до висновку, що кожна фраза казкового тексту комунікативно спрямована. В інтродуктивному блоці автор є ініціатором розповіді. У медіальному блоці за його намірами діють персонажі. У фінальному блоці наратор розставляє усі крапки над "і", іноді підводячи підсумки або звертаючись до читача. Пор.: *Ich wollte, du und ich waren auch dabeigewesen.* [König Drosselbart. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen]; *Wer also ein Igel ist, der muß darauf sehen, daß auch seine Frau ein Igel ist.* [Der Hase und der Igel. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen]; *Darum ist seit den ältesten Zeiten ein grüner Haselzweig gegen Nattern, Schlangen, und was sonst auf der Erde kriecht, der sicherste Schutz.* [Die Haselrute. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen].

У більшості німецьких народних казок інтродуктивні блоки є короткими, відносно завершеними частинами, а мова наратора лише у поодиноких випадках переривається мовленнєвою дієвістю персонажів. Пор.: *Ein Schäferhund hatte keinen guten Herrn, sondern einen, der ihn Hunger leiden ließ. Wie ers nicht länger bei ihm aushalten konnte, gieng er ganz traurig fort. Auf der Straße begegnete ihm ein Sperling...* [Der Hund und der Sperling. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen]. Є декілька казок, в яких інтродуктивний блок взагалі відсутній і казка розпочинається з діалогу персонажів [Пор.: *Das Hausgesinde.* Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen]. У своїй авторській мовленнєвій діяльності наратор звертається безпосередньо до читача. Кожний наратор сам обирає для себе засоби вербалізації своїх прагматичних інтенцій. Про це свідчать різні лексичні засоби та граматичні конструкції, підібрані різними нараторами для переказу однієї казки (наприклад, дві різні версії казки *Die Hochzeit der Frau Füchsin*, записаної братами Грімм [Die Hochzeit der Frau Füchsin. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen]). Головна комунікативна інтенція авторських інтродукцій у німецьких народних казках – привертання уваги читача до сприймання казки, його налаштування на відповідний лад.

У комунікативному плані наратор асоціюється з початком тексту, адресат – з його завершенням. Якщо текст казки був сприйнятий та зрозумілий, наратор справився зі своїм комунікативним призначенням [10, с.48]. Оскільки казка є об'єктивацією думок і мови наратора, останній репрезентований у своєму творі більш широко, ніж адресат. Специфіка структури казки полягає у її однотипності, наявності постійних композиційних блоків і традиційних формул

розповіді – схем, в які наратор вкладає свій задум, модифікує сюжети, зберігаючи при цьому форму [15, с. 6; 11, с. 35].

Наратор може здійснювати вплив на читача відкрито та сугестивно. Останній спосіб можна визначити як сукупність різних методів вербального і невербального емоційно забарвленого впливу на людину з метою створення у неї певного стану або спонукання до певних дій [7, с.12]. За допомогою такого навіювання можна викликати різні відчуття, емоції, стани, виконавши, таким чином, ілюкативну функцію казки.

У дискурсі казки автор через мовленнєві дії, діяння та характеристику своїх персонажів має інтенцію виразити ідею свого твору. Герой у казках проявляє себе через вчинки, дії, взаємовідносини з іншими персонажами [4, с. 14]. Як об'єкт художньо-пізнавального акту між автором і читачем, персонаж діє водночас за принципами некерованої, незалежної істоти у художньому світі тексту, володіючи індивідуальною образною суб'єктивною структурою [4, с. 231]. Якщо позитивні герої досягають успіху завдяки своїй силі та розуму, то негативні діють за допомогою чаклунства.

Казковий персонаж існує як певний тип у свідомості народу. Його ім'я використовується також у повсякденному спілкуванні для характеристики реальних людей. Називаючи героя, власне ім'я стає тематичним словом. Завдяки своїй невіддільності від дійової особи ім'я сприймається в асоціативному комплексі з нею, набуває права не лише вказувати на позначуваний об'єкт, але й бути його характерологічним представником (наприклад, *Aschenputtel*/попелюшка). Змістове насичення власного імені відбувається поступово. Як правило, автор завжди роз'яснює вибір того чи іншого імені. Воно домінує кваліфікації персонажа, які являють собою вторинну номінацію особи. Кожен такий випадок висвітлює одну рису персонажа та емоційний фон комунікативної ситуації [9, с. 110]. Об'єднуючись, вони створюють різноманітну кваліфікацію даного персонажа, яка включається у формування змістовної структури імені. Через ім'я героя наратор може передати читачеві значущу інформацію, тому, як правило, в імені персонажів міститься їхня найбільш характерна особливість [12, с. 267]. Пор.: Попелюшка з однойменної казки братів Грімм називається "*das arme Stiefkind*", "*Liebes Kind*", "*das gute Mädchen*", що вказує на її позитивні людські якості. Разом з тим, автор пояснює обрання імені *Aschenputtel*: *Und weil es darum immer staubig und schmutzig aussah, nannten sie es Aschenputtel*. [Aschenputtel. Gebrüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen].

Беручи до уваги, що дискурс казки – це упорядкована форма комунікації, казка передбачає облігаторну наявність слухачів; казкаря зовсім не байдуже, як сприйматимуть його повідомлення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дискурс казки є частиною художнього дискурсу. Дискурс німецької народної казки характеризується багатоаспектністю, специфічною композицією та підпорядкованістю законам казкового жанру. Когнітивно-прагматичний аспект казкового простору, окрім мовлення персонажів, віддзеркалюється у його структурних блоках, оповіді, дескрипції образів персонажів та в їхніх іменах. Відтак, перспективним видається подальше дослідження структурно-композиційних характеристик дискурсу казки, мовлення персонажів казки, їхніх образів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонова В.Ф. Образы британских народных сказок / В.Ф. Антонова // Сучасна англїстика: стереотипність та творчість. – Харків, 2006. – С. 14-16.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
3. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 237-280.
4. Бехта І.А. Дискурс наратора в англійській прозі / І.А. Бехта. – К.: Грамота, 2004 – 304с.
5. Донець П.М. Національно-культурна специфіка дискурсу: монографія / П.М. Донець. – Харків, 2005. – С. 198-232.
6. Єсипович К.П. Образ "чарівного" у французькій народній казці (лінгвокогнітивний аспект): автореферат дис... на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук / К.П. Єсипович. – К., 2006. – 20с.
7. Ільницька Л.О. Сугестивний дискурс: дис... на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук / Л.О. Ільницька. – К., 2006. – 221 с.
8. Кубрякова Е.С. Язык и знание / Е.С. Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 556с.

9. Кухаренко В.А. Интерпретация текста / В.А. Кухаренко. – Вінниця : Нова книга, 2004 – 261с.
 10. Лещенко О.И. Особенности реализации антропоцентричности в англоязычных сказках : дис... на соиск. уч. степ. канд. филол. наук / О.И. Лещенко. – Сумы, 1996. – 186с.
 11. Пропп В.Я. Русская сказка – Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1984. – 335с.
 12. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366с.
 13. Хацер Г.О. Проблематика визначення поняття “дискурс” у сучасній лінгвістиці / Г.О. Хацер // Сучасна лінгвістика: стереотипність та творчість. – Харків, 2006. – С. 193-195.
 14. Швачко С.А. Содержательно-структурные аспекты английских сказок и стихотворений: Методические рекомендации / С.А. Швачко – Сумы: СГПИ, 1988. – 34с.
 15. Швачко С.А., Пасяк Е.Л., Харченко Т.В. Работа над англоязычной сказкой в условиях ВУЗа и школы: Методические рекомендации. – Сумы : СГПИ, 1990. – 46с.
 16. Шевченко І.С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу : монографія / І.С. Шевченко. – Харків, 2005. – С. 9-20.
 17. Шевченко І.С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність : монографія / І.С. Шевченко, О.І. Морозова. - Харків, 2005. – С. 21-28.
 18. Kuckartz W. Michael Ende: Die unendliche Geschichte. Von A bis Z. Mit Buchstaben versehen von Roswitha Quadflieg / W. Kuckartz. – Stuttgart : Thienemann, 1979. – 342 S.
 19. Lüthi M. Märchen / Max Lüthi ; [Bearbeitet von Heinz Rölleke]. – Stuttgart : Metzler, 2005. – 147 S.
 20. Ranke Kurt. Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung ; [Unter Mitarb. zahlr. Fachwiss] / Ranke Kurt, Rolf Wilhelm Brednich. – Berlin : de Gruyter, 2004. – 11 B. – 15496 S.
- ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:**
21. (G) КНМ Brüder Grimm. Alle Kinder- und Hausmärchen, der Ausgabe letzter Hand von 1857 [Електронний ресурс] / Bruder Lustig. – Режим доступу до текстів казок : <http://www.maerchenkristall.com/Grimm.htm>

Давиденко А. Когнитивно-прагматический аспект дискурса немецкой народной сказки.

В статье исследуются характеристики дискурса немецкой народной сказки, осмысливается его когнитивно-прагматическая направленность. Дискурс сказки определяется как сложное коммуникативное явление, которое, кроме особого лексического наполнения, включает еще и экстралингвистические факторы - знания о мире, мнения, установки, цели адресата, необходимые для понимания содержания текста. При таком подходе сказочный текст становится одним из путей осознания тематических и композиционных особенностей народного творчества, историко-культурных особенностей лексических единиц, которые наполняют сам текст, придают ему художественную яркость, ценность, национально-культурное своеобразие. В исследовании внимание фокусируется на многоаспектности, специфической композиции и подчиненности дискурса сказки законам сказочного жанра. Установлено, что когнитивно-прагматический аспект сказочного пространства, кроме речи персонажей, отражается в его структурных блоках, сказания, дескрипции образов персонажей и в их именах.

Ключевые слова: *немецкая народная сказка, сказочный дискурс, когнитивно-прагматический аспект сказки.*

Davydenko H. Cognitive-pragmatic Aspect of the German Folk-tale Discourse.

The article deals with the characteristics of the German folk-tale discourse, its cognitive and pragmatic orientation is comprehended. The tale discourse is defined as a complex communicative phenomenon, which, in addition to special lexical filling, includes an extra-linguistic factors, knowledge about the world, opinions, attitudes, goals recipient necessary for the understanding of the content. For this approach fabulous text becomes one of the ways of realization of thematic and compositional features of folk art, historical and cultural peculiarities of lexical units that fill the text itself, gives it the artistic brightness, value of national-cultural identity. The attention to the multidimensionality, specific composition and subordination of a folk-tale discourse to laws of a fantastic genre is focused. It is established that the cognitive and pragmatic aspect of fantastic space, except of the characters' speech, is reflected in its structural blocks, legends, images descriptions of characters and in their names.

Key words: *German folk-tale, tale discourse, cognitive-pragmatic aspect of folk-tale.*

Наталія Жукова
(Луганськ)

УДК 811.133.1

ГЕНДЕРНА МОВНА ПОЛІТИКА ФРАНЦУЗЬКОЇ ДЕРЖАВИ

Визначено поняття «гендер», розкрито відмінність цього терміну від поняття «стать». Висвітлено проблеми, пов'язані з гендерною асиметрією та гендерною диференціацією. Наголошено на тому, що активне вивчення поняття «гендер» пов'язане з розвитком феміністичних теорій. Наслідком цього явища є лінгвістична фемінізація, що відбувається у Франції. У статті визначаються проблеми щодо лінгвістичної фемінізації у французькій мові. Згадується критичне ставлення органів, відповідальних за унормування французької мови щодо державної політики з фемінізації. Показане ставлення Французької держави щодо фемінізації назв професій, посад, звань та титулів. Надані приклади фемінізованих форм, які мають зневажливе значення, охарактеризовані жіночі професії нижчих рівнів соціальної скали, наведені позначення, які мають паралельні форми.

Ключові слова: гендер, фемінізація, маркований рід, немаркований рід.

Постановка наукової проблеми. Вперше ідея гендерної рівності була документально сформульована у проекті ООН під назвою «Розвиток жінки». Його основні положення зводилися до того, що жінка – це невикористаний ресурс людства, який може зробити вагомий внесок щодо розвитку суспільства. Ця програма дала поштовх до дослідження явища гендеру різними науками. Проблеми гендерної асиметрії та гендерної диференціації стають дедалі гострішими, тому гендерна теорія є важливим об'єктом вивчення для багатьох наук, зокрема для лінгвістики, де вона зумовлює новий погляд на лінгвістичні явища.

Сучасні гендерні дослідження нерозривно пов'язані із розвитком феміністичних теорій, бо саме з них поняття «гендер» бере свій початок. Гендерна теорія не нехтує відмінностями між чоловіками та жінками. Вона лише наголошує, що важливим є не сам факт відмінностей, а їх соціокультурна оцінка та переосмислення. Невід'ємною вимогою є побудова системи влади, яка базується на цих відмінностях. При цьому акцент не робиться на описі відмінностей між жінками та чоловіками, головним є відношення влади до жінок та домінування чоловіків, рівно як і аналіз методів реалізації державної політики у суспільстві.

У Франції термін «гендер» отримав поширення у 1990-х роках, хоча дослідження з проблем «фемінізму» та «соціальних відносин між статями» почалися ще у 1970-х. Головною ідеєю було довести, що соціальна різниця між статями не є результатом їх біологічної різниці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні гендерні дослідження пов'язані з вивченням фемінізму: Г.А.Брандт, А.Костікова, Ю.П.Міхаленко. Проблеми назви осіб жіночої статі за професією, посадою, титулом чи званням у французькій мові в останні десятиріччя стають об'єктом багатьох дослідників: Н.І.Голубєва-Монаткіна, Н.Н.Єрмакова, А.В.Кириліна, Ж.Дамурет, Р.Ланофор, Ж.Ламот.

Мета статті: виявлення сучасних тенденцій Французької держави щодо фемінізації назв професій, посад, звань та титулів. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: (1) охарактеризувати гендерну проблематику у мовознавстві на сучасному етапі; (2) виявити сучасні тенденції мовних процесів щодо фемінізації назв професій, посад, звань та титулів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Проблема фемінізації назв професій, посад, титулів та звань виникла відносно недавно як наслідок збільшення кількості жінок, що працюють у різних галузях політики, економіки, освіти та управління. Феміністський рух, який з'явився у 60-ті роки у США, швидко перекинувся на європейські країни. У деяких країнах Європи, таких як Німеччина та Італія, ця проблема стоїть не так гостро через наявність продуктивної системи утворення форм жіночого роду, тоді як у Франції, Бельгії, Швейцарії та Канаді фемінізація професійних найменувань визиває велику полеміку.

Відомо, що потреба мовної спільноти у формах жіночого роду для найменувань професій, посад, титулів та звань знаходиться у прямій залежності від ступеня затребуваності жіночої праці та положення жінки у суспільстві. Тому при вивченні групи найменувань, які ми розглядаємо,

необхідно враховувати сучасний стан суспільно-економічних відносин. Щоб краще зрозуміти особливості національної мовної політики і, зокрема напрямку, який займається створенням неологізмів в галузі професійної термінології, необхідно брати до уваги різні чинники. З одного боку – це державні організації: комісії з термінології, служби французької мови, пропозиції яких становлять основу урядових декретів та постанов. З другого боку, не треба забувати про вирішальну роль соціуму, який застосовуватиме на практиці рекомендації з використання форм жіночого роду найменувань професій, посад, титулів та звань.

Явища фемінності і маскулінності у мові вивчаються сьогодні у руслі загальних тенденцій гендерних досліджень у соціогуманітарних науках. Дослідниці-жінки, які займаються проблемою «гендер і лінгвістика», прагнуть описати та пізнати маскулінний світ, в якому вони живуть; лінгвісти-чоловіки – здійснити аналіз мовної поведінки чоловіків зсередини своєї спільноти. Ці прагнення і з одного, і з другого боку виглядають як прояв своєрідної соціопсихологічної потреби членів суспільства усвідомити свою ідентичність, тобто визначити себе серед інших членів соціуму [1]. Дослідники обох статей намагаються виявити випадки вживання мовного сексизму (закріплення у мові стереотипів підлеглого становища жінки) і знайти шляхи його подолання.

У Франції жінки, які увійшли до уряду або до інших органів влади, підняли питання про фемінізацію назв професій, посад, титулів та звань у 1981 році [6]. Вони наголошували на відсутності форм жіночого роду назв урядових посад, за браком яких використовувались виключно форми чоловічого роду. Вони розглядали цю лакуну як ознаку дискримінації жінок, а також як відголосок відсторонення від цих посад. Таким чином, питання фемінізації найменувань професій, посад, титулів та звань стало соціальною проблемою.

Так, у липні 1983 року було прийнято закон про «Професійну рівність між чоловіками і жінками». 1984 року Івет Руді, міністр з прав жінок, створила комісію з термінології. До завдань комісії входило «вивчення фемінізації титулів та звань, та складання словника професій, які виконують жінки»[4]. Двома роками пізніше 11 березня 1986 року за підтримки Лорана Фабіуса, тодішнього прем'єр-міністра, було опубліковано циркуляр, де було запропоновано загальні правила та надані приклади утворення форм жіночого роду найменувань професій, посад, титулів та звань.

Циркуляр Л.Фабіуса мав переважно політичне значення й фактично не вплинув на реальний ужиток. Десять років потому (1998) за сприяння прем'єр-міністра Ліонеля Жоспена було складено ще один циркуляр з фемінізації [5]. Необхідно зазначити, що тон нового документу був більш обов'язковим. Так, Національний інститут французької мови запропонував скласти посібник для користувачів французької мови [7]. Однак комісія з термінології не запропонувала ніяких суттєвих змін, окрім того, що дозволила у повсякденному вживанні, наприклад, «*Madame la Ministre*». Вона також зазначила, що чоловічий рід є нейтральним. За думкою комісії, «можливо, що бажаючи підкреслити різницю статей за допомогою фемінізації, ми ризикуємо зрадити республіканському принципу індиферентності статей при виконанні обов'язків»[7].

У метропольній французькій мові та її національно-регіональних варіантах (Бельгія, Канада, Швейцарія) докладаються великі зусилля щодо подолання асиметричності вираження роду, зокрема, у мікросистемі назв зі значенням професійно-соціального статусу. Слід додати, що регіональні дослідники є більш активними у цих пошуках. Так, канадські вчені першими дали поштовх розвитку проблем фемінізації; до них приєдналися інші франкомовні країни, було опубліковано власні довідники на позначення жіночих професій згідно з новими правилами: Швейцарія (1990 і 1991), Канада (1993 і 2005), Бельгія (1994), Онтаріо (1994). Автор останнього довідника "Посібник з фемінізації загальних іменників" («*Guide de féminisation des noms communs de personnes*») [6], Луїза-Лоранс Ларив'єр у передмові доводить, що відповідь на таке питання: «Як утворюється жіночий рід від таких назв, як *plombier, soldat, chef, médecin, professeur* etc.?» потрібно шукати у граматичній структурі французької мови.

Необхідно зазначити, що серед найменувань професій існує група, в якій давно співіснують форми чоловічого і жіночого роду. У цьому випадку проблема фемінізації постає не в утворенні форм жіночого роду, а в історичній переоцінці цих форм. У старофранцузькій мові, деякі форми мали закінчення жіночого роду, проте були абсолютно нейтральними, як наприклад,

la chambrière (покоївка). Сьогодні ж вони вважаються зневажливими. Проте такі форми як *l'ambassadrice*, *la présidente* та *la ministre* знов стають нейтральними [2, с. 58-118]. За думкою А.Бекер, форми жіночого роду були не дуже престижними: *le couturier* це був той, хто творить, а *la couturière* – це його помічниця [2, с. 7].

Дебати навколо фемінізації не стосуються всіх рівнів соціальної скали. Навіть, якщо найменування професій жіночого роду існували, це тільки тому, що цим професіям надавали великого значення, проте таких прикладів було небагато.

Так, позначення *mairresse*, яке існує з XII століття, довгий час мало значення «дружина мера», тільки у 1990 роках словники фіксують нове значення цього слова – «жінка-мер». *Colonelle*, *présidente*, *clergesse*, *diaconesse* також використовуються лише у значенні «дружина». До XVII століття *la doctoresse* має значення «дружина хірурга». Тільки у XIX столітті з'являється термін на позначення жінки, яка займається медициною, проте *la docteur* має значення «дружина лікаря». У XX столітті ці обидва терміни виходять з ужитку. *La peintresse* є також стародавнім терміном, датованим XIII століттям, що мав значення «дружина того, хто малює». І тільки з XVI століття він вживається для позначення художника-жінки. У цьому значенні він використовується до кінця XVIII століття, за винятком XVII століття, коли надавали перевагу терміну *la peintre*. Те саме стосується терміна *la chirurgienne*, який прийняв значення «та, хто займається хірургією» тільки у XIX столітті.

Існують позначення, які мають паралельні форми жіночого роду. Так, варіанти *une auteure/ une auteur* вживаються з XVII століття. Найменування *autrice* існувало в період XVI – XVIII ст. у значенні письменника-жінки, пізніше у XIX столітті з'явилося позначення *autoresse*, але воно не увійшло до національної мовної свідомості.

На початковому етапі реформи з фемінізації, державна влада не мала наміру звернутися за консультаціями до Французької академії. Проте остання виступила із декларацією з цього приводу. Вона була складена Жоржем Дюмезілем та Клодом Леві-Стросом і опублікована 14 червня 1984 року [3]. Як видно з декларації Французька академія досить критично ставиться до фемінізації найменувань професій, посад, звань та титулів. Вона наголошує на негативних наслідках такої реформи та спростовує ілюзії, що «фемінізована» граматики укріпить положення жінок у суспільстві. Французька академія будує свою позицію на двох основних аргументах: лінгвістичному та на показнику вживання. Лінгвістичний аргумент виходить з того факту, що у французькій мові не існує ніякої відповідності між граматичним родом та біологічною статтю. Таким чином, академіки вважають, що комісія з термінології неправильно тлумачить поняття граматичного роду та запроваджує зміни, які суперечать природі мови.

Як відомо, у французькій мові існує два роди, але з огляду на те, що французькі іменники безпосередньо не відображають стать, то чоловічий рід розглядають як немаркований, а жіночий – як маркований.

Маркований рід, який застосовують до живих істот, встановлює сегрегацію та різницю між статями. Саме тому Французька академія розглядає чоловічий рід як загальну та збірну категорію. За думкою Академії, безглуздо повторювати один і той самий іменник або займенник у жіночому роді, а потім у чоловічому для групи, яка складається з чоловіків та жінок: «*les électriciens et les électeurs*», «*toutes celles et tous ceux*» є громіздкими, які нічого не додають до значення «*les électeurs*», «*tous ceux*». Академія також радить утриматися від позначення у скобках або через косу рисочку ознаки жіночого роду, яка розглядається як надлишкова ознака, тому що вона не несе ніякої додаткової інформації та заважає сприйняттю. Таким чином, фемінізація не відповідає правилу французької мови щодо узгодження множини у чоловічому роді. Неможливо написати: «*Le coussin et la couverture sont blanc(he)s*». Це може вивести з рівноваги мовну структуру та ускладнити формулювання найпростіших фраз. Узагальнюючий чоловічий рід може об'єднати референти, що належить до обох родів, коли контекст зумовлює таку інтерпретацію.

На думку Академії, лише чоловічий рід, тобто немаркований, може передати нейтральну природу назв професій, посад, звань та титулів. Проте, необхідно приймати до уваги й показник вживаності, який є дуже важливим для мови. Ігнорування цього факту може мати небажані результати. Вільна інтерпретація правил фемінізації, виданих деякими французькими або

франкомовними організаціями, сприяли появі численних небажаних неологізмів. Проте Академія зважає на еволюцію суспільства, тому вона робить певні кроки назустріч фемінізації, і підтримує деякі терміни, що містяться в Рекомендаціях Вищої ради французької мови (*les Recommendations de Conseil supérieur de la langue française*), що опубліковано у 1990 році, також Академія сприяє поширенню цих термінів у реальному вжитку. При цьому вона наполягає на перевірці цих рекомендацій часом.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, проблема фемінізації назв професій, посад, звань та титулів більшою мірою зумовлена не мовними, а соціальними та ідеологічними потребами – із збільшенням ролі жінки у сучасному суспільстві та із розвитком ідеології фемінізму у світі. Таким чином, не залежно від того, що Французька академія не приймає змін щодо фемінізації французької мови, французька мовна політика підтримує фемінізацію назв професій, посад, звань та титулів, про що свідчать офіційні документи. Проте, не слід нехтувати фактором вживаності цих назв, на що і будуть спрямовані наші подальші дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пузиренко Я.В. До проблеми номінації осіб жіночої статі в українській мові (гендерний аспект) / Я.В. Пузиренко // Наук. зап. НаУКМА. – Т. 18. – К., 2001. – С. 36-42.
2. Becquer A., *Femme, j'écris ton nom : Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades, fonctions.* [Anne-Marie Becquer, Bernard Cerquiglini, Nicole Cholewka]; Institut national de la langue française, La documentation française. - 1999. – 119 p. – Mode d'accès: <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/ressources/feminisation.pdf>
3. Dumézil G. *Féminisation des noms de métiers, fonctions, grades et titres* / George Dumézil, Claude Lévi-Strauss. – Académie française. – 2002. – Mode d'accès: <http://www.academie-francaise.fr/actualites/feminisation.asp>
4. Fabius L. *Circulaire relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre* / Laurent Fabius. – Journal officiel. – 1986. – Mode d'accès: <http://www.dsi.cnrs.fr/RMLR/textesintegraux/volume4/431-cirdu11-03-1986.htm>.
5. Jospin L. *Circulaire relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre* / Lionel Jospin. – Journal officiel. – 1998. - Mode d'accès: <http://www.admi.net/jo/19980308/PRMX9802741C.html>
6. Larivière L.-L. *Guide de féminisation des noms communs de personnes* / Louise-Lorence Larivière. – Canada. – 2005. – 217 p.
7. *Rapport sur la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre.* [Ressource électronique] / Premier ministre, Commission générale de terminologie et de néologie. – Paris : Ministère de la culture et de la communication, Délégation générale à la langue française, 1998. – 54 p. – Mode d'accès: <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/cogeter/feminisation/sommaire.html>
8. [dglf/cogeter/feminisation/sommaire.html](http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/cogeter/feminisation/sommaire.html)
9. Rousseau J. *Madame la Ministre : La féminisation des noms en 10 questions* / Jean Rousseau, Centre international d'études pédagogiques de Sèvres, Ministère français de l'Éducation nationale. – 1998. – Mode d'accès: <http://www.ciep.fr/chroniq/femi/femi.htm>.

Жукова Н.В. Гендерная языковая политика Французского государства.

В статье определяется понятие «гендер», раскрывается отличие этого термина от понятия «пол». Освещаются проблемы, связанные с гендерной асимметрией и гендерной дифференциацией. Статья делает акцент на том, что активное изучение понятия «гендер» связано с развитием феминистических теорий. Следствием этого процесса является лингвистическая феминизация, которая происходит во Франции. В статье освещаются проблемы, касающиеся лингвистической феминизации во французском языке. Упоминается критическое отношение органов, ответственных за нормирование французского языка к государственной политике феминизации. Показано отношение Французского государства к феминизации наименований профессий, должностей, званий и титулов. Даны примеры феминизованных форм, которые имеют пренебрежительное значение, охарактеризованы женские профессии низших уровней социальной лестницы, приведены наименования, которые имеют параллельные формы.

Ключевые слова: гендер, феминизация, маркированный род, немаркированный род.

Zhukova N. French state Gender language Policy.

In the above article the notion «gender» is identified and also the difference of this term with «sex» is revealed. The problems of gender asymmetry and gender differentiation are covered. In the article is emphasized that active learning of the term «gender» is strongly connected with feminist theories development. As the consequence we can observe the linguistic feminization in France. The problems that are carried out in the article reflect the phenomenon of linguistic feminization in French language. The critical attitude of the authorities responsible for state policy in French linguistic norms as for feminization

is shown. Also the French state attitude in terms of profession, position, rank, status names feminization is demonstrated. The given examples of feminized forms with contemptuous connotation characterize female professions of lower social status. The denotations with parallel forms are shown as well.

Key words: gender, feminization, marked line, non-marked line.

Людмила Ковальчук
(Луцьк)

УДК 81' 371

КОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕКСТУАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ У ПРОЦЕСІ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Стаття присвячена аналізу когнітивних особливостей контекстуальних моделей в процесі комунікативної взаємодії. Визначено ієрархічну структуру контекстуальних моделей як особливих ментальних конструктів, які складаються лише з релевантних з точки зору комунікантів властивостей комунікативної ситуації, виявлено характерні когнітивні особливості контекстуальних моделей і проаналізовано способи формування та активізації контекстуальних моделей в процесі комунікації. Виокремлено функціональні властивості контекстуальних моделей, такі як: персональна унікальність та суб'єктивність, гнучкість, динамічність. Особливу увагу приділено структуруванню знань комунікантів як фундаментальних складових контекстуальних моделей, можливим варіантам взаємодії контекстуальних моделей продуцента і реципієнта та використанню відповідних стратегій, що забезпечують ефективну комунікативну взаємодію або призводять до комунікативних конфліктів через розбіжності в знаннях комунікантів.

Ключові слова: контекстуальна модель, ментальна репрезентація, ієрархічна структура, когнітивні особливості, взаємодія контекстуальних моделей, стратегія, знання комунікантів.

Постановка наукової проблеми. Сучасні лінгвістичні дисципліни, які вивчають дискурс, фокусують увагу на самому дискурсі, а не на комплексній природі його контексту. І це цілком виправдано, адже поняття «контекст» розглядається відносно «тексту», і в такому випадку ключовим феноменом є текст (або розмова). Однак, будь-який текст знаходить свою реалізацію лише в певному контексті. Розуміння дискурсу передбачає розуміння тексту в контексті. Аналізувати текст ізольовано від його контексту неможливо, тому дослідження контексту, зокрема, **контекстуальних моделей (КМ)** як особливих ментальних конструктів, належить до пріоритетних напрямків сучасних лінгвістичних досліджень і потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній лінгвістиці існують лише поодинокі спроби аналізу контексту та його класифікації (О. Селіванова, В. Богданов, Ф. Бацевич, Г. Колшанський, В. Миркін і т.д.). Однак, вони не дають чіткого уявлення про функціональну структуру КМ в сучасному розумінні цього феномена. Значний внесок у дослідження контекстуальних параметрів та процесу контекстуалізації здійснили А. Дюранті та Ч. Гудвін у книзі «Rethinking Context» [4]. Фундатором сучасної соціокогнітивної теорії контексту є видатний голландський лінгвіст Т.А. ван Дейк. У своїй монографії «Discourse and Context» [3] та численних статтях він детально аналізує контекст в його соціально-когнітивній парадигмі. Саме тому у нашому дослідженні ми будемо послуговуватися теорією контекстуальних моделей Т.А. ван Дейка.

Мета статті полягає в дослідженні когнітивних особливостей КМ та їх взаємодії в процесі комунікації. Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання таких завдань: (1) визначення структури КМ як особливих ментальних конструктів; (2) виявлення характерних когнітивних особливостей КМ; (3) аналіз можливих варіантів взаємодії КМ учасників комунікації.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. За визначенням Т.А. ван Дейка, контекстуальна модель (КМ) – це соціально обумовлений

суб'єктивний конструкт, до складу якого входять лише релевантні з точки зору комунікантів властивості ситуації, тобто ментальна модель комунікації в епізодичній пам'яті комунікантів [3, с. 56].

Когнітивна модель контексту представлена досвідними, фоновими, енциклопедичними знаннями, думками та намірами комунікантів, їх ставленням до ситуації та предмету комунікації. Центальною смисловою ланкою когнітивної моделі контексту є його феноменальне ядро, що відображає онтологічну структуру спілкування і діяльності, доступну всім його учасникам [1, с. 152].

Ієрархічна структура КМ являє собою одночасну ментальну репрезентацію комунікантами поточної комунікативної ситуації на локальному мікрорівні та глобальної події на макрорівні. Складовими КМ є просторово-часові особливості комунікації, учасники з властивими їм комунікативними та соціальними ролями, відносини між ними, їх знання, наміри та комунікативні дії. Продуцент усвідомлює себе виконавцем центральної ролі, він організовує комунікацію з позиції егоцентризму. Навколо нього будується периферія (реципієнт – найближча периферія, місце, час, предмет комунікації, обставини, сторонній реципієнт) [2, с. 81].

Контекстуальні моделі повинні бути відносно простими утвореннями, тобто складатись з лімітованої кількості фіксованих категорій, які утворюють абстрактну схему, щоб легко формуватись, змінюватись, оновлюватись в процесі комунікації. Комунікативні ситуації можуть бути досить складними, і завданням учасників є редуція складної інформації до простої структури в термінах кількох схематично організованих категорій. Це означає, що лише релевантні категорії комунікантів (наприклад, стать, вік, статус, а не маса, зріст чи колір очей) використовуються для конструювання КМ.

Фундаментальними властивостями КМ є їхня *персональна унікальність та суб'єктивність*. Вони не репрезентують об'єктивно події, про які мовиться в дискурсі, а те, як комуніканти конструюють та інтерпретують такі події (різні особисті цілі, знання, попередній досвід тощо) у своєму ментальному просторі. Продуцент та реципієнт мають різні моделі тої ж самої комунікативної події. Така різниця може призвести до переговорів щодо спільних аспектів контекстуальних моделей або до непорозумінь та комунікативних конфліктів.

КМ є *гнучкими*, так як легко модифікуються, оновлюються та адаптуються до різних комунікативних ситуацій. Інформація в поточних КМ може легко поєднуватись з інформацією попередніх або наступних КМ.

КМ є *динамічними*, а не статичними, бо конструюються для кожної нової комунікативної ситуації. Динаміка КМ передбачає зміну місця, часу, учасників, їх ролей та інтенцій в ході комунікативної взаємодії.

КМ – це ментальні структури, які контролюють продукування, сприйняття та інтерпретацію дискурсу. Вони інтегрують особисті та соціокультурні особливості комунікативної події, пояснюють спільні соціокультурні та індивідуальні унікальні властивості дискурсу.

Ментальна «автобіографія» – це акумуляція особистого життєвого досвіду, тобто КМ. Більшість таких КМ є настільки тривіальними та рутинними (покупка в супермаркеті, читання газети, повсякденна розмова з батьками), що через деякий час вони більше не мають для нас значення або прив'язки до інших моделей. Ми зазвичай пам'ятаємо серйозні глобальні життєві ситуації (подорож, відпустка, навчання в університеті, розлучення і т.д.). Коли ці моделі стають релевантними, ми реактивуємо їх в процесі комунікації.

Знання комунікантів (особисті, загальні, специфічні, соціальні, культурні і т.д.) відіграють фундаментальну роль в КМ. Не всі знання активізуються, а лише ті, які є релевантними для даного контексту. Для того, щоб говорити відповідним чином, продуцент повинен володіти інформацією про знання реципієнта. Іншими словами, для репрезентації КМ комунікативної ситуації реципієнт повинен змодельовати не лише свої знання, а й гіпотетично знання реципієнта.

Спільні знання комунікантів є (common ground) є необхідними у визначенні КМ комунікації в соціально-когнітивному підході.

Г. Кларк розрізняє два типи спільних знань комунікантів: 1) колективні (загальні) спільні знання про географію, історію, ідеологію, культурні цінності, які визначаються приналежністю комунікантів до однієї соціальної спільноти; 2) особисті спільні знання про комунікацію, взаємовідносини (між друзями, знайомими, незнайомцями), які набуваються в процесі комунікативної взаємодії [3, с. 93].

Спільні знання не потребують додаткового вираження в тексті, вони залишаються імпліцитними (припускається, що реципієнт вже має відповідні знання або здатний їх інферувати з існуючих знань). Для активізації спільних знань комунікантів використовуються наступні стратегії [3, с. 84].

Стратегія 1: припускаємо, що реципієнт знає те, про що продуцент говорив раніше. Ця стратегія включає в себе пошук та активізацію попередньої КМ. Лінгвістичними маркерами активізації служать запитання типу: «*Did I tell you about...?*», «*You remember I told you about...*» і т.д. Продуцент таким чином має доступ до КМ реципієнта. Наприклад:

«*How do you do?*»

«*I have to have my appendix out*», Sandra says. «*They're going to get me ready soon. It's an emergency. I was really bad last night. Have you ever had your appendix out? Is it bad?*»

«***You remember I told you I had mine out years ago***», I say. «*It's not a serious operation. You'll feel a bit uncomfortable afterward, but that's all*» (M. Laurence, p. 286).

У наведеному прикладі відбувається реактивізація КМ, яка опосередковує розмову між хворою Сандрою та її подругою до операції на видалення апендициту. Лінгвістичним маркером активізації попередньої КМ та спільних знань комунікантів служить фраза «*You remember I told you*».

Стратегія 2: припускаємо, що продуцент не володіє новими особистими знаннями реципієнта, які він здобув від моменту останньої розмови з ним. Ця стратегія передбачає реактивізацію старих моделей та пояснення нової інформації. З моменту передачі нових особистих знань продуцента реципієнту, вони автоматично стають спільними. Наприклад:

«*What happened to you? You are hurt! There's blood on your face*», Cathryn said solicitously.

Charles wiped under his nose with the back of his hand and stared at the flakes of dried blood.

«*Bastards!*» he said.

«*Are you going to tell me where you've been and what happened?*» asked Cathryn finally.

«***I'd rather hear about Michelle first***», said Charles, putting the glass on the table.

«*Please come down*», said Cathryn gently.

«*Then tell me what's happened to Michelle*».

«*It's just her fever*», said Cathryn. «*It's gone up and the doctors are concerned*».

«*Oh God*», said Charles (R. Cook, p. 190).

Ведучи розмову з Чарльзом Катрін занепокоєна його станом та зовнішнім виглядом, помітивши сліди крові на обличчі, і намагається з'ясувати, що з ним трапилось. Однак, за ініціативою Чарльза комуніканти несподівано переключаються на інший предмет обговорення – стан здоров'я доньки Мішель, яка, на думку Чарльза, є більш релевантною, активізуючи нову КМ за допомогою лінгвістичного маркера «*I'd rather hear about Michelle first*».

Розбіжності в знаннях комунікантів та їх відношеннях до теми розмови (представники різних культур, різний рівень знань) ведуть до непорозумінь та комунікативних конфліктів. Наприклад:

My first thought was that John should apply for a scholarship. But when I told him, he only shook his head. I was annoyed.

«*Don't be silly, now, John, please. No harm is trying, is there?*»

«*It's not easy to get. I couldn't get one if my life depended on it*».

«*Why couldn't you?*»

«***I've been away from school for four years, Mother. It's too late for me. And anyway, I haven't got the brains for it***» (M. Laurence, p. 164).

Розходження КМ комунікантів (матері та сина Джона) пояснюється різним відношенням до предмету розмови - подання заяви на отримання стипендії. Мама переконана, що в будь-якому разі варто спробувати («*No harm is trying, is there?*»), проте Джон вважає це неможливим, так як пройшло вже чотири роки після закінчення школи, і його розумові здібності є недостатніми для отримання стипендії («*I've been away from school for four years, Mother. It's too late for me. And anyway, I haven't got the brains for it*»).

Вибір стратегії залежить від теми розмови та ситуації комунікативної взаємодії, що визначається суспільно-культурним контекстом комунікативної події, яка знаходиться в рамках

ширшого соціального контексту, що включає сферу суспільної діяльності, тему спілкування, тип відносин між комунікантами.

До початку комунікації значна частина КМ уже сформована: просторово-часові параметри (місце, час), учасники, їх соціальні ролі, знання на локальному та глобальному рівнях. Коли продуцент хоче, щоб реципієнт дізнався про щось або зробив щось (тобто продуцент має певний план дій), КМ далі конструюється, конкретизується чи адаптується до комунікативної ситуації. Тут активізуються також релевантні знання комунікантів стосовно теми спілкування.

У процесі формування КМ інформація щодо знань динамічно оновлюється на основі самого дискурсу: те, що було сказане, стає частиною його контексту. Коли КМ комунікації сформована, продуцент створює текстову структуру дискурсу під контролем КМ. Цей процес відбувається паралельно на усіх рівнях: фонетичному/графічному, лексичному, синтаксичному, семантичному та інтерактивному.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, чином, контекстуальні моделі як особливі ментальні конструкти визначають релевантні виміри комунікативної ситуації та мають ієрархічну структуру. В процесі комунікативної взаємодії знаходять своє вираження характерні їм властивості: персональна унікальність та суб'єктивність, гнучкість, динамічність. Контекстуальні моделі - це ті регулятиви, які формують текстову структуру дискурсу на вербальному та невербальному рівнях. Аналіз дискурсу базується на умовному розмежуванні контекстуальних моделей продуцента та реципієнта, які взаємодіють в процесі комунікації. Спільні знання комунікантів забезпечують ефективність комунікативної взаємодії, в той час як розбіжності в знаннях співрозмовників ведуть до комунікативних конфліктів на невдач. Особливо вагомим є використання відповідних стратегій для активізації контекстуальних моделей комунікантів. Комплексна природа дискурсу обумовлює врахування усіх контекстуальних чинників, що впливають на його породження та інтерпретацію. Тому контекстуальні моделі слід розглядати комплексно, в єдності усіх їх компонентів. Предметом подальших досліджень з даної проблеми може бути аналіз особливостей взаємодії контекстуальних моделей комунікантів, які є представниками різних вікових і соціальних категорій та лінгвістичних засобів їх вираження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / Михаил Львович Макаров. - М. : Гнозис, 2003. - 280 с.
2. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика / Иван Павлович Сусов. – Винница : Новая книга, 2009. – 272 с.
3. Dijk T.A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T.A. van Dijk. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 266 p.
4. Duranti A. Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon /A. Duranti, Ch. Goodwin. – Cambridge : Cambridge University Press, 1995. – 363 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Cook R. Fever / R. Cook. - New York, 1982. - 311 p.
2. Laurence M. The Stone Angel / M. Laurence. – New York, 1990. – 316 p.

Ковальчук Л. Когнитивные особенности контекстуальных моделей в процессе коммуникативного взаимодействия.

Статья посвящена анализу когнитивных особенностей контекстуальных моделей в процессе коммуникативного взаимодействия. Определена иерархическую структуру контекстуальных моделей как особых ментальных конструктов, которые состоят только из релевантных с точки зрения коммуникантов свойств коммуникативной ситуации, выявлено характерные когнитивные особенности контекстуальных моделей и проанализировано способы формирования и активизации контекстуальных моделей в процессе коммуникации. Выделены функциональные свойства контекстуальных моделей, такие как: персональная уникальность и субъективность, гибкость, динамичность. Особое внимание уделяется структурированию знаний коммуникантов как фундаментальных составляющих контекстуальных моделей, возможным вариантам взаимодействия контекстуальных моделей продуцента и реципиента, а также использованию соответствующих стратегий, которые обеспечивают эффективное коммуникативное взаимодействие или порождают коммуникативные конфликты из-за различий в знаниях коммуникантов.

Ключевые слова: контекстуальная модель, ментальная репрезентация, иерархическая структура, когнитивные особенности, взаимодействие контекстуальных моделей, стратегия, знания коммуникантов.

Kovalchuk L. Cognitive Peculiarities of Context Models in the Process of Communicative Interaction.

The article deals with the analysis of cognitive peculiarities of context models in the process of communicative interaction. The hierarchical structure of context models as special mental constructs that consist of only relevant from the point of view of communicative partners properties of communicative situation is defined, characteristic cognitive peculiarities of context models are singled out and ways of formation and activation of context models in the process of communication are analyzed. Functional properties of context models such as personal uniqueness and subjectivity, flexibility, dynamicity are differentiated. Special attention is focused on the structuring of knowledge of communicative partners as fundamental components of context models, possible ways of interaction of communicative partners' context models and the use of corresponding strategies that lead to effective communicative interaction or cause communicative conflicts due to differences in communicators' knowledge.

Key words: context model, mental representation, hierarchical structure, cognitive peculiarities, interaction of cognitive models, strategy, knowledge of communicators.

Юлія Колядич
(Вінниця)

УДК 811.111'42:164.031

**СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КАУЗАТИВНОСТІ
В АНГЛОМОВНОМУ КОНФЛІКТНОМУ ДИСКУРСІ**

Розглянуто способи реалізації каузативності як універсальної категорії в англomовному конфліктному дискурсі. Визначаючи каузативність як специфічний засіб відображення інтерперсональних відношень, що існують в об'єктивній дійсності, автор наголошує на комунікативному виборі мовленнєвих дій та засобів (імплицитна складова комунікації). У зв'язку з цим узагальнюються підходи до тлумачення понять «комунікативна стратегія», «конфліктний дискурс», «контекст», визначаються причини існування протиспрямованої інтерації, яка реалізується через прямі та непрямі конфліктні комунікативні ходи з урахуванням мотивів, інтенцій та цілей комунікантів, встановлення особливостей мовної й мовленнєвої поведінки людини в різних типах дискурсу. На матеріалі оповідань О. Генрі досліджено комунікативні стратегії (конвенціональні, маніпуляційні, стратегії суперечності) конфліктного дискурсу в прагматичному, соціальному та когнітивному контекстах, визначено дефініційні характеристики стилістичних та синтаксичних маркерів каузативності (повторення, вигук, питальні, прості та складні речення), що відіграють вирішальну роль у виборі комунікативної стратегії індивіда.

Ключові слова: каузативність, комунікативна стратегія, конфліктний дискурс, контекст.

Постановка наукової проблеми. В умовах інтеграції гуманітарних наук, зокрема філософії, логіки, мовознавства та психології, зростає інтерес учених до каузативності як універсальної категорії, яка має когнітивну-комунікативну природу, виявляється в міжособистісному спілкуванні та є спрямованою на встановлення особливостей мовної й мовленнєвої поведінки людини в різних типах дискурсу.

Як свідчить **аналіз наукової літератури**, а саме досліджень сучасних вітчизняних та зарубіжних учених Д.В. Кононової [3], І.М. Кучман [5], І.В. Ступак [7], М.Г. Симулова [8], С.В. Шустової [10] та інших, зміст каузативності розглядається через поняття «причинності» (онтологічний підхід) або «спонукання» (прагматичний підхід). Так, І. М. Кучман зазначає, що каузативність «має об'єктивний характер, відображає каузально зумовлену природу всіх явищ і речей у світі й існування нерозривного зв'язку між її двома полюсами – причиною і наслідком» [5, с. 52]. На наш погляд, найбільш змістовним є визначення каузативності С.В. Шустової, яка називає її специфічним способом відображення інтерперсональних відношень, котрі існують в

об'єктивній дійсності. На думку вченої, основний зміст каузативності полягає в спонуканні каузатором об'єкта каузації до певної дії чи модифікації його стану [10, с. 6]. Доцільно зауважити, що в науковій літературі розглядаються в основному мовні способи реалізації каузативності. Проте мовленнєві (комунікативні) способи є вивченими недостатньо.

Метою нашого дослідження є розглянути способи реалізації каузативності в англомовному конфліктному дискурсі, а завданнями – визначити сутність понять «комунікативна стратегія», «конфліктний дискурс», «контекст»; виявити комунікативні стратегії конфліктного дискурсу в прагматичному, соціальному та когнітивному контекстах на матеріалі оповідань О. Генрі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Дослідницею Л. Є. Сорокіною [6] зроблено ґрунтовний аналіз визначень поняття «комунікативна стратегія». Так, учені розуміють її як імплікаційну складову комунікації; властивість когнітивного плану, якій притаманні гнучкість та динаміка; ланку рішень мовця, комунікативних виборів тих чи інших мовленнєвих дій та мовних засобів; ефективний спосіб досягнення комунікативних цілей; сукупність ціленаправлених дій у моделі породження та розуміння дискурсу [6, с. 453-454].

Узагальнення зазначених вище підходів до тлумачення поняття «комунікативна стратегія» та виявлення її ознак, дає змогу визначити її як спосіб реалізації каузативності в конфліктному дискурсі. У зв'язку з цим, розглянемо сутність поняття «конфліктний дискурс». На думку дослідників М. Я. Димарського [2] та В. С. Третьякової [9], в його основі лежить протиспрямована інтеракція, котра виявляється через прямі (суперечки, претензії, погрози, звинувачення, висміювання, зневага, тиск тощо) та непрямі (переконання, пошук компромісу, ухиляння від відповіді тощо) конфліктні комунікативні ходи. Цінними для нашого дослідження є висновки М. Г. Симулова [8] щодо зв'язку каузативності та відповідної (агентивної, причинної) ситуації. З урахуванням викладених вище ідей визначаємо конфліктний дискурс як комунікативну ситуацію, ознакою якої є зіткнення, протистояння двох комунікативних партнерів та вибір відповідної комунікативної стратегії.

Поняття «конфліктний дискурс» є нерозривно пов'язаним із поняттям «контекст». Поділяємо точку зору В. В. Красних [4] щодо визначення контексту як імпліцитні чи експліцитно виражені змісти, котрі існують в реальності та є складовими ситуацій, відображених у дискурсі та актуальних для даного комунікативного акту. Розглянемо, які комунікативні стратегії та, відповідно, маркери каузативності виявляються в конфліктному дискурсі в різних типах контексту. Матеріалом для нашого дослідження слугують оповідання американського письменника О. Генрі, творча спадщина якого досі представляє інтерес для науковців, оскільки, за словами С. А. Донської, ідіостилю О. Генрі притаманні «яскравість, емоційність, уникнення словесного нагромадження; підбір засобів, котрі сприяють найточнішому відображенню авторського задуму, «закодованого» на семантичному, стилістичному, лексичному і граматичному рівнях мови, і допомагають створити або підкреслити комізм ситуації, іронію, описати ситуацію або героя, висловити здивування, схвалення, засмучення або невдоволення лаконічно і стисло» [1, с. 2].

Так, у прагматичному контексті для оформлення конфліктного дискурсу визначальними є мотиви, інтенції та цілі комунікантів. Результат мовленнєвої взаємодії визначається досягненням або недосягненням комунікативної мети. Наприклад, в оповіданні О. Генрі “Vanity and Some Sables” [13] мета Малюка – переконати свою кохану в тому, що він придбав соболя за чесно зароблені гроші:

‘You’re a bird, all right, Kid,’ she admitted gratefully. ‘I never had any furs on before in my life. But ain’t Russian sables awful expensive? Seems to me I’ve heard they were.’

‘Have I ever chucked any bargain-sale stuff at you, Moll?’ asked the Kid, with calm dignity. ‘Did you ever notice me leaning on the remnant counter or peering in the window of the five-and-ten? Call that scarf \$250 and the muff \$175 and you won’t make any mistake about die price of Russian sables. The swell goods for me. Say, they look fine on you, Moll.’

Molly hugged the sables to her bosom in rapture. And then her smile went away little by little, and she looked the Kid straight in the eye sadly and steadily.

He knew what every look of hers meant; and he laughed with a faint flush upon his face.

'Cut it out,' he said, with affectionate roughness. 'I told you I was done with that. I bought 'em and paid for 'em all right, with my own money.'

'Out of the money you worked for, Kid? Out of \$75 a month?'

'Sure. I been saving up.'

'Let's see – saved \$425 in eight months, Kid?'

'Ah, let up,' said the Kid, with some heat. 'I had some money when I went to work. Do you think I've been holding 'em again? I told you I'd quit. They're paid for on the square. Put 'em on and come out for a walk.'

Molly calmed her doubts. Sables are soothing. Proud as a queen she went forth in the streets at the Kid's side.

У даній комунікативній ситуації для досягнення комунікативної мети герой використовує переконання як ефективний спосіб впливу на реципієнта за допомогою логічного обґрунтування власної позиції. При цьому обрана комунікативна стратегія є маніпуляційною, оскільки є спрямованою на захоплення смислового простору комунікації та нав'язування свого бачення реальності. Маркерами каузативності виступають в основному синтаксичні засоби: прості та складні, еліптичні, питальні речення.

У соціальному контексті конфліктний дискурс зумовлюється соціальними параметрами: соціальною, гендерною, віковою, рольовою асиметрією. В оповіданні О. Генрі "The Indian Summer of Dry Valley Johnson" [11] головний герой, зрілий чоловік, який захопився молодою дівчиною, раптом усвідомлює недоречність своєї поведінки та соромиться свого бажання наслідувати юнаків. В результаті він випліскує гнів на кохану:

'I told you to keep away from here,' said Dry Valley. 'Go back to your home.'

Panchita moved slowly toward him.

Dry Valley cracked his whip.

'Go back home,' said Dry Valley, savagely, 'and play theatricals some more. You'd make a fine man. You've made a fine one of me.'

Для досягнення комунікативної мети герой використовує тиск як авторитарний спосіб впливу на опонента. Цей приклад ілюструє, що комунікант, котрий займає вищий статус відповідно до соціальної та гендерної позиції, обирає стратегію суперечності: веде себе авторитарно, вимогливо, використовує морфологічні та синтаксичні маркери каузативності (дієслова в наказовому способі, спонукальні речення).

У когнітивному контексті в основі конфліктного дискурсу лежить розбіжність поглядів, переконань, цінностей, знань комунікантів. Від того, яким чином співрозмовники дотримуються певних конвенцій спілкування, правил кооперативної поведінки, залежить хід конфлікту. Так, в оповіданні "The Whirligig of Life" [14] чоловік із дружиною вирішують розлучитися, і кожен з них наводить власні аргументи суддеві, в яких виявляються стилістичні та синтаксичні маркери каузативності: повторення, порівняння, багатосполучниковість (полісиндетон), складнопідрядні речення тощо.

'We-all,' said the woman, in a voice like the wind blowing through pine boughs, 'wants a divo'ce.' She looked at Ransie to see if he noted any flaw or ambiguity or evasion or partiality or self-partisanship in her statement of their business.

'A divo'ce,' repeated Ransie, with a solemn nod. 'We-all can't git along together nohow. It's lonesome enough fur to live in the mount'ins when a man and a woman keers fur one another. But when she's a-spittin' like a wildcat or a-sullenin' like a hoot-owl in the cabin, a man ain't got no call to live with her.'

'When he's a no-'count varmint,' said the woman, 'without any especial warmth, a-traipsin' along of scalawags and moonshiners and a-layin' on his back pizen 'ith co'n whiskey, and a-pesterin' folks with a pack o' hungry, triflin' houn's to feed!'

'When she keeps a-throwin' skillet lids,' came Ransie's antiphony, 'and slings b'ilin' water on the best coon-dog in the Cumberlands, and sets herself agin' cookin' a man's victuals, and keeps him awake o' nights accusin' him of a sight of doin's!'

'When he's al'ays a-fightin' the revenues, and gits a hard name in the mount'ins fur a mean man, who's gwine to be able fur to sleep o' nights?'

Герої обирають конвенціональну комунікативну стратегію, проте їм не вдається вирішити конфлікт самим, і тому вони звертаються до третьої сторони (медіатора) – судді.

В оповіданні “The Trimmed Lamp” [12] конфліктний дискурс характеризується розбіжністю в цінностях героїнь:

'How can you wear a waist like that, Lou?' said Nancy, gazing at the offending article with sweet scorn in her heavy-lidded eyes. 'It shows fierce taste.'

'This waist?' cried Lou, with wide-eyed indignation. 'Why, I laid \$16 for this waist. It's worth twenty-five. A woman left it to be laundered, and never called for it. The boss sold it to me. It's got yards and yards of hand embroidery on it. Better talk about that ugly, plain thing you've got on.'

'This ugly, plain thing,' said Nancy calmly, 'was copied from one that Mrs. Van Alstyne Fisher was wearing. The girls say the bill in the store last year was \$12,000. I made mine myself. It cost me \$1.50. Ten feet away you couldn't tell it from hers.'

'Oh, well,' said Lou good-naturedly, 'if you want to starve go ahead. But I'll take my job and good wages; after hours give me something as fancy and attractive to wear as I am able to buy.'

Обрана героїнями конвенціональна комунікативна стратегія спрямована на згладжування (притлумлення) конфлікту. Маркерами каузативності виступають стилістичні та синтаксичні маркери каузативності: повторення, вигуки, питальні, прості та складні речення.

Висновки дослідження. Таким чином, способами реалізації каузативності в англомовному конфліктному дискурсі виступають комунікативні стратегії, зокрема конвенціональні, маніпуляційні, стратегії суперечності. При цьому використовуються прийоми переконання, тиску, звернення до медіатора, згладжування конфлікту. Контекст, а саме такі його типи, як прагматичний, соціальний та когнітивний, грають вирішальну роль при виборі комунікативної стратегії та, відповідно, маркерів каузативності, представлених одиницями різних мовних рівнів. **Подальші перспективи дослідження** полягають у вивченні способів реалізації каузативності та їх типологізації в інших видах дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. O. Henry. The Indian Summer of Dry Valley Johnson / O. Henry // Read Print [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.readprint.com/work-798/The-Indian-Summer-Of-Dry-Valley-Johnson-O-Henry/contents>
2. O. Henry. The Trimmed Lamp / O. Henry // ReadCentral.com. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.readcentral.com/chapters/O-Henry/The-Trimmed-Lamp-And-Other-Stories-of-the-Four-Million/002>
3. O. Henry. The Whirligig of Life / O. Henry // About com. Classic Literature [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://classiclit.about.com/library/bl-etexts/ohenry/bl-ohenry-whirl.htm>
4. O. Henry. Vanity and Some Sables / O. Henry // Readbookonline.net. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.readbookonline.net/readOnLine/2014/>
5. Донская С. А. Стилистико-грамматические и социолингвистические особенности языка оригинала и переводов произведений О. Генри : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. н. : 10.02.19 / С. А. Донская ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар : Изд-во «Выбор», 2003. – 22 с.
6. Дымарский М. Я. Где находится порог языкового конфликта? / М. Я. Дымарский // Аспекты речевой конфликтологии : сб. науч. ст. – СПб., 1996. – С. 25-34.
7. Кононова Д. В. Виразення каузативності у комунікативних ситуаціях офіційного та неофіційного спілкування (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. н. : 10.02.04 / Д. В. Кононова ; Київськ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2010. – 19 с.
8. Красных В. В. Основы психолінгвістики и теории коммуникации / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2001. – 270 с.
9. Кучман І. М. Лінгвістичний і лінгвальний статус категорії каузативності / І. М. Кучман // Філологічні трактати. – Суми : Сумськ. держ. ун-т, 2012. – Т. 4, № 4. – С. 46-55.
10. Сорокіна Л. Є. Комунікативна стратегія як одиниця мовленнєвого спілкування / Л. Є. Сорокіна // Наук. вісн. Волинськ. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк : Волинськ. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. – № 5. – С. 453-455.
11. Ступак І. В. Критерії виділення похідних каузативних дієслів (на матеріалі німецької та української мов) / І. В. Ступак // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. Винниченка, 2011. – Вип. 96 (2). – С. 84-89.
12. Симулов М. Г. Лексический способ выражения категории каузативности в английском языке / М. Г. Симулов // Актуальные вопросы семасиологии : сб. науч. ст. межвуз. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2005. – С. 80-85.
13. Третьякова В. С. Конфликт глазами лингвиста / В. С. Третьякова // Юрислингвистика-2 : русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000. – С. 127-140.

14. Шустова С. В. Потенциал каузативных глаголов в динамико-функциональном аспекте : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. д-ра филол. н. : 10.02.19 / С. В. Шустова ; Прикам. социал. ин-т. – Пермь, 2011. – 41 с.

Колядич Ю. Способы реализации каузативности в англоязычном конфликтном дискурсе.

В статье рассмотрены способы реализации каузативности как универсальной категории в англоязычном конфликтном дискурсе. Определяя каузативность как специфическое средство отражения интерперсональных отношений, которые существуют в объективной действительности, автор акцентирует внимание на коммуникативном выборе речевых действий и способов (имплицитная составляющая коммуникации). В связи с этим обобщаются подходы к толкованию понятий "коммуникативная стратегия", "конфликтный дискурс", "контекст", определяются причины существования противонаправленной интеракции, которая реализуется через прямые и непрямые конфликтные коммуникативные ходы с учетом мотивов, интенций и целей коммуникантов, установление особенностей языкового и речевого поведения человека в разных типах дискурса. На материале рассказов О. Генри исследованы коммуникативные стратегии (конвенциональные, манипуляционные, стратегии противоречия) конфликтного дискурса в прагматичном, социальном и когнитивном контекстах, определены дефинитивные характеристики стилистических и синтаксических маркеров каузативности (повторения, восклицания, вопросительные, простые и сложные предложения), которые играют решающую роль в выборе коммуникативной стратегии индивида.

Ключевые слова: каузативность, коммуникативная стратегия, конфликтный дискурс, контекст.

Koliaduch Yu. The Ways of Causative Actualisation in English Conflict Discourse.

The article highlights ways of realisation of causativity as a universal category in the English conflict discourse. While determining causativity as specific means to reflect interpersonal relations that exist in objective reality the author accentuates on the communicative choice of speech actions and methods (implicit constituent of communication). In this connection the approaches to interpret concepts "communicative strategy", "conflict discourse", "context" are summarised as well as the reasons for existence of antidirected interaction are determined. It is claimed that such interaction is realized through direct and indirect conflict communicative motions taking into account reasons, intentions and aims of communicators, peculiarities of individual's linguistic and speech behaviour in various types of discourse. On the basis of O. Henry's short stories communicative strategies (convention, manipulation, strategies of contradiction) of conflict discourse in pragmatic, social and cognitive contexts have been investigated, definitive characteristics of stylistic and syntactic markers of causativity (reiterations, exclamations, interrogative, simple and complex sentences) that play an important role in the choice of individual's communicative strategy are determined.

Key words: causativity, communication strategy, discourse of conflict, context.

Ірина Котова
(Харків)

УДК 811.111'42

**ПОНЯТТЄВА ТА ЦІННІСНА СКЛАДОВІ КОНЦЕПТІВ ГЕРОЙ/АНТИГЕРОЙ
В АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ**

Визначено роль концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у кінодискурсі, досліджено мовні засоби їх реалізації в американському англомовному кінодискурсі у рамках когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення мовних явищ, а також виділено структурні компоненти цих концептів. Концепти, що розглядаються, є опірними для кінодискурсу, що зумовлено вирішальною роллю героя та антигероя в побудові кінотвору з точки зору драматургії. У статті досліджено поняттєву та ціннісну складові концептів. Поняттєву складову виокремлено за допомогою словникових дефініцій лексичних одиниць hero та antihero, а ціннісна складова визначена на основі лексичних одиниць з оцінним компонентом значення. Інтенціонал поняття «герой» становлять елементи значення, пов'язані зі схваленням оточуючими дій та характеристик людини, зокрема хоробрістю. Поняття «антигерой» сприймається через ознаки, що характеризують його антипод, поняття «герой». У портретизації

відповідних персонажів ціннісна складова є домінуючою, оскільки за умов збігу деяких характерних ознак, що входять до поняттєвої складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, саме ціннісна складова становить принципову відмінність.

Ключові слова: концепт, кінодискурс, поняттєва складова, ціннісна складова, портретизація, герой, антигерой.

Постановка наукової проблеми. Кінематограф є невід'ємною частиною життя сучасного суспільства, оскільки він є відбиттям суспільних тенденцій, поглядів, цінностей та стереотипів і з часом набуває все більш масового характеру. Він вивчається соціологами, культурологами та лінгвістами. Проблематика нашої статті стосується когнітивного аспекту функціонування кіно як особливого типу дискурсу, для дослідження якого залучається інструментарій концептології. Актуальність дослідження зумовлена вирішальною роллю людської когніції у процесі вербалізації результатів сприйняття світу. Об'єктом нашого дослідження постають мовні засоби реалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському англomовному кінодискурсі. Предметом роботи виступають структурні компоненти концептів, що вивчаються, а саме їх поняттєва та ціннісна складові.

Метою статті є визначення структурних компонентів концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ та засобів їх мовної актуалізації. Реалізація цієї мети передбачає розв'язання таких конкретних завдань: визначити кінодискурс як особливий тип дискурсу, з'ясувати роль концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в кінодискурсі, виявити мовні засоби реалізації поняттєвої та ціннісної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ. Матеріалом слугують сценарії до голлівудських кінофільмів виробництва США та Великої Британії, які відображують американську лінгвокультуру: «Thor», «Superman», «Star Wars. Episode IV. A New Hope», «Star Wars. Episode VI. Return of the Jedi».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У межах вивчення кіно в лінгвістиці йдеться про кінофільм як текст [10], або про кіно в цілому як особливий тип дискурсу [2; 5; 9], тому визначення терміну «кінодискурс» в нашому дослідженні потребує уточнення. Ми спираємося на точку зору В. С. Чернявської, яка визначає дискурс як сукупність тематично спільних текстів, кожний з яких сприймається та ідентифікується як мовний корелят певної соціально-культурної практики [12, с. 89–93]. З цієї позиції, розглядаємо кінодискурс як комплексну взаємодію всієї сукупності кінотекстів, яких може бути безмежно багато. Кінотекст у свою чергу визначаємо за Г.Г. Слишкіним та М.О. Єфремовою як «зв'язне, цілісне та завершене повідомлення, виражене за допомогою вербальних (лінгвістичних) та невербальних (іконічних та/або індексальних) знаків, організоване відповідно до задуму колективного, функціонально-диференційованого автора за допомогою кінематографічних кодів, зафіксоване на матеріальному носії і призначене для програвання на екрані та аудіовізуального сприйняття глядачами» [10, с. 32]. Водночас, ігровий кінофільм можна розглядати як різновид художнього тексту, особливий тип наративу [14].

Враховуючи наративний потенціал ігрового кінофільму, вважаємо доцільним розглянути кінодискурс з позицій когнітивної поетики (когнітивної стилістики), яка послуговується інструментарієм лінгвістики, літературознавства та когнітивної науки. В нашому дослідженні залучення когнітивної стилістики є доцільним для вивчення структури та інтерпретації образів героїв художніх творів, оскільки повний аналіз портретизації персонажа стосується когнітивного аспекту мовних явищ [13, с. 125].

Когнітивний аспект вивчення кінодискурсу в рамках нашого дослідження базується на ідеї, відповідно до якої дискурс, тобто довільний фрагмент тексту, що складається більш ніж з одного речення чи незалежної частини речення, часто концентрується навколо певного опорного концепту, а також створює загальний контекст, що описує дійові особи, об'єкти, обставини, часи, вчинки та визначається в найбільшій мірі загальним для творця дискурсу та його інтерпретатора світом, що будується у процесі розгортання дискурсу [1, с. 7].

Аналізуючи взаємозв'язок між дискурсом та концептами, які можна виділити в рамках цього дискурсу, звертаємося до дискурсивної типології, за якою виділяються три типи концептів, об'єктивованих в дискурсі. Метахтони – це «дискурсеми», чийм іменем називається тип дискурсу. Наприклад, концепт ПОЛІТИКА є метахтоном для політичного дискурсу, МЕДИЦИНА – для медичного, РЕЛІГІЯ – для релігійного [8, с. 126]. Автохтони – це концептуальні константи або домінанти дискурсу. Вони є типовими, характерними та прогнозованими в рамках обраного типу дискурсу. Так, концепти ВЛАДА та ПОЛІТИК є

автохтонами для політичного дискурсу, ТРЕНЕР – для спортивного. У різних класифікаціях такі концепти також називаються «генеративними» або «ключовими» [там само, с. 126]. Аллохтони – це елементи концептосистеми дискурсу, що є нетиповими, невірогідними, не завжди прогнозованими, інколи нехарактерними та такими, що конкретизують системотворчі концепти (автохтони). Такі концепти також називаються «запозиченими» або «нейтральними» [там само, с. 126]. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, які ми розглядаємо в рамках нашого дослідження, є автохтонами, оскільки вони є характерними та часто системоутворюючими концептами для кінодискурсу. Вибір саме цих двох концептів як опірних концептів кінодискурсу зумовлений тим, що герой, а також антигерой як його антипод, є одними з основних елементів кінофільму з точки зору драматургії, оскільки основою драматургійної цілісності фільму, тобто, композиції, є екранна реалізація таких понять як фабула, сюжет, герой (характер), драматичний конфлікт у його розвитку [6, с. 340].

Розглядати концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ як автохтони кінодискурсу видається доцільним з позицій лінгвокультурологічного підходу, оскільки різні персонажі, що створюються колективним автором як носії героїчних якостей, є відображенням специфічних уявлень представників певної лінгвокультури. Виходячи з цього припущення, розглядаємо концепт як «базову одиницю культури, її концентрат» [4, с. 97]. Відповідно до ідеї, що структура концепту включає все, що робить його фактом культури – етимологію; історію, скорочену до основних ознак її змісту; сучасні асоціації, оцінки та ін. [11, с. 41], виділяються поняття, предметно-образна та ціннісна складові культурного концепту [4, с. 105]

Поняття складова концепту є мовною фіксацією концепту, його позначенням, описом, дефініцією, порівняльними ознаками певного концепту стосовно інших концептів. Ціннісна складова концепту відображує важливість цього психічного утворення для окремих індивідів та колективу, що знаходить відображення в конотативному значенні, наданні оцінки певним компонентам значення відповідних лексем. Саме ціннісна складова визначає можливість виділення концепту. Образна складова концепту представлена характеристиками предметів, явищ, подій, зафіксованих в пам'яті носіїв мови, що сприймаються фізично – зором, слухом та ін., або релевантними ознаками практичного знання [там само, с. 107].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У термінах лінгвокультурологічного підходу, концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ можуть бути представлені таким чином. Поняття складову можна виокремити за допомогою словникових дефініцій лексичних одиниць, що репрезентують ці концепти. Словникові дефініції лексем *hero* та *antihero* (CDO; CAED; DR; LDCE; MD; MW; OAAD; OALD) дозволили виділити гіпер- та гіпосеми, що допомагають встановити зміст концепту та окреслити його ядерну зону, тобто інтенціонал відповідного поняття, та периферійну зону, або імплікаціонал [7, с. 105]. Ідентифікаторами для поняття «герой» слугують гіперсеми *'person'*, *'character'*, *'man'*, які є найбільш частотними у відповідних словникових дефініціях, менш поширеними є гіперсеми *'someone'*, *'figure'*, *'being'*, *'warrior'*. Конкретизують знання про це поняття гіпосеми, що несуть в собі характерні ознаки, які дозволяють віднести певних героїв у наративі фільму до класу героїв. Найчастотнішими є такі гіпосеми: *'admired' / 'honored'*; *[distinguished for] 'doing something brave' / 'brave deeds' / 'courage' / 'bravery'*; *'doing something good' / [having] 'good / noble qualities'* (CDO; CAED; DR; LDCE; MD; MW; OAAD; OALD).

Саме ці гіпосеми становлять ядро концепту ГЕРОЙ. Менш поширеними характеристиками є такі: *[having] 'a particular quality'*; *[having] 'a particular skill' / 'ability'* (OAAD; OALD; DR; CAED; LDCE). Найменш поширеними є такі: *'regarded as a model or ideal'*; *[distinguished for] 'strength'*; *[distinguished for] 'achievements'*; *'godlike' / 'descended from gods' / 'worshipped'*; *'with whom the reader or audience is supposed to sympathize'* (DR; CDO; CAED).

Тож, інтенціонал поняття «герой» становлять елементи значення, пов'язані зі схваленням оточуючих, позитивною оцінкою рис людини, а також однією конкретною рисою – хоробрістю/мужністю.

Поняття «антигерой» є антиподом поняття «герой» та сприймається через ознаки та характеристики, що становлять інтенціонал поняття «герой». Ця референція наявна як у лексемі *antihero*, утвореній шляхом деривації від лексеми *hero* за допомогою префікса *anti-*, що має

заперечувальне значення, так і в словникових дефініціях. Гіперсемами є *'protagonist'*, *'character'*, *'notable figure'*. Оскільки дві з трьох наведених гіперсем є літературознавчими термінами, що використовуються для аналізу художніх творів, це підкреслює актуальність розглядання цих понять з позицій когнітивної поетики. Серед гіпосем, які конкретизують ідентифікатори поняття «антигерой», можна виділити одну, яка зустрічалася в усіх розглянутих дефініціях, – *'who lacks the qualities / virtues and estimable traits of a traditional / typical hero'* (OALD; OAAD; DR; CDO; MD; MW; CAED). У ядерній зоні концепту АНТИГЕРОЙ, таким чином, знаходиться референція до концепту ГЕРОЙ через заперечення властивих йому ознак. Менш частотними гіпосемами є такі: *'ordinary'*; *'morally bad'*; *'unpleasant'*; *[having] 'a weakness of ... character'*; *'admired'* (OALD; OAAD; CDO; LDCE).

Загалом, ці компоненти значення, за виключенням останнього, є антонімічними відносно компонентів значення поняття «герой»: *good::bad, strength::weakness, ideal::ordinary*. У двох понять, що розглядаються, є спільна сема *'admired'*, яка належить до інтенціоналу поняття «герой», але є ознакою імплікаціоналу поняття «антигерой». Цей потенціал до схвального сприйняття та симпатії використовується у портретизації антигероя у наративі кінофільму. Так, наприклад, у стрічках «Thor» та «Star Wars» антигероями є Локи, брат Тора, що завжди перебуває в його тіні, та Дарт Вейдер, трагічна історія перетворення якого з героя на антигероя є центральною темою фільму. Обидва персонажі не позбавлені чеснот, характерних для героя, але з певних причин роблять неправильний вибір з точки зору моралі, що робить їхні образи глибшими та складнішими.

Ціннісна складова лінгвокультурних концептів є їх визначальною характеристикою, оскільки через них вивчається культура, що знаходить відображення в мові, і саме ціннісний принцип лежить в основі культури [3]. Для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ цей компонент є надзвичайно важливим, оскільки саме ціннісна орієнтація персонажа має тенденцію слугувати в якості інструмента прямої портретизації. Наприклад, герої, характеристики яких відповідають поняттєвій складовій лінгвокультурного концепту ГЕРОЙ, описуються такими прикметниками та іменниками, що мають позитивну конотацію, як *decent, good, amazing, virtuous*, тоді як персонажі, характеристики яких є протилежними поняттєвим ознакам концепту ГЕРОЙ і таким чином відповідають поняттєвому змісту концепту АНТИГЕРОЙ, описуються такими лексичними одиницями: *sick, perverted, cruel, vicious, evil, twisted* (Thor; Star Wars. Episode 4; Star Wars. Episode 6; Superman). Персонажі, таким чином, оцінюються негативно. Наприклад, у стрічці «Superman» героєм є власне Супермен, що має дві іпостасі: герой-рятівник, наділений надможливостями, та скромний Кларк Кент, у якому, на перший погляд, нема нічого героїчного. Обидві ці іпостасі характеризуються лексичними одиницями з меліоративною конотацією.

(1) CLARK: *You don't have to bother with those, Susie. I'll take them in for you with the other equipment.*

SUSIE: *Why, thank you, Clark. (rises – smiles) You know something, Clark? I think you're just about the nicest boy in the whole school.*

CLARK *blinks shyly, practically blushing.*

CLARK: *Well ... ah ... ah ... it's sort of my job as team manager, anyway, and...*

SUSIE: *No, I mean it. I really do (Superman).*

У цьому епізоді Кларк допомагає дівчині зі своєї школи прибрати спортивний інвентар. Його доброта і готовність прийти на допомогу, навіть якщо його про це не просили, а також скромність не залишаються непоміченими – дівчина відверто виражає своє схвалення та вдячність. Пізнаючи межі своїх сил, Кларк також вчиться використовувати їх у відповідності з міркуваннями загального блага, як вчить його батько, на чому робиться акцент у сценарії:

(2) JOR-EL: *The virtuous spirit has no need for thanks or approval. Only the certain conviction that what has been done is right. Develop such conviction in yourself, Kal-El. The human heart on your planet is still subject to small jealousies, lies, and monstrous deceptions. Resist these temptations as you inevitably find them – and your ethical power will then properly outweigh your physical advantage over others... (Superman).*

Лекс Лутор, який є антагоністом Супермена у фільмі, постає як розумна та харизматична людина, усі чесноти якої нівелюються повною відсутністю традиційних моральних принципів:

- (3) *EVE: You know something, Lex? You're **pervverted**. You're the most **cruel** and **vicious** human being I know...* (Superman).

Саме ціннісний компонент концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ дозволяє найбільш наочно продемонструвати еволюцію персонажів, їхню динамічність. Наприклад, про Тора, центрального персонажа однойменної стрічки, в експозиції та на початку розвитку подій можна сказати, що йому бракує якостей типового героя або чеснот традиційного героя, що є ознаками інтенціоналу поняттєвої зони концепту АНТИГЕРОЙ, але йому притаманні й такі характеристики як хоробрість, майстерність, сила, захоплення оточуючих, які є в ядерній зоні концепту ГЕРОЙ. З розвитком подій оцінка персонажа змінюється з невизначеної або навіть негативної на позитивну. На початку, коли нестриманість та егоїзм Тора призводять до розв'язання війни, його батько використовує іменники та прикметники з пейоративною конотацією (*vain, vanity, pride, greedy, cruel*), звинувачуючи його в цьому:

- (4) *THOR: Whatever the cost, the world must know that the new King of Asgard will not be held in contempt.*

*ODIN: That's **pride and vanity that talks!** Not leadership! Have you forgotten everything I've taught you? What of a warrior's patience, cunning?*

THOR: While you wait and be patient, the Nine Realms laugh at us! The old ways are done. You'd stand giving speeches while Asgard falls!

*ODIN: You're a **vain, greedy, cruel** boy! (Thor).*

Торові доводиться повністю переглянути свої ціннісні орієнтири, щоб його погляди та вчинки дозволяли оцінити його позитивно. Еволюція можлива й в зворотньому напрямку. У фантастичній епопеї «Star Wars» центральний персонаж – Енакін Скайуокер – проходить шлях від героя до антигероя зі зміною оцінки цього персонажа іншими дійовими особами з безумовно позитивної на негативну:

- (5) *BEN: You father was seduced by the dark side of the Force. He ceased to be Anakin Skywalker and became Darth Vader. When that happened, **the good man who was your father was destroyed**. So what I have told you was true... from a certain point of view* (Star Wars, Episode).

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, дослідження поняттєвої складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, які є автохтонними для кінодискурсу, показало, що інтенціонал поняття «герой» становлять ті елементи значення, що пов'язуються зі схваленням оточуючих, а також однією конкретною рисою – хоробрістю. Поняття «антигерой» містить компоненти значення, що є антонімічними відносно компонентів значення поняття-антипода, але у двох понять, що розглядаються, є також спільна сема '*admired*', що свідчить про потенціал до схвального сприйняття антигероя, а не тільки героя. При портретизації відповідних персонажів ціннісна складова є домінуючою порівняно з поняттєвою, оскільки слугує інструментом прямої портретизації і експліцитно демонструє, позитивно чи негативно оцінюється персонаж; вона вербалізується за допомогою лексем з пейоративною (*cruel, vicious, evil*) або меліоративною (*decent, good, amazing*) конотацією. Образи, використані в кінотекстах, у більшості випадків несуть відбиток культурних та суспільних цінностей, що дозволяє дати позитивну або негативну оцінку персонажу. Перспективу дослідження вбачаємо у дослідженні еволюції концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, реалізованих у кінодискурсі різних часів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке теста / В. З. Демьянков. – М. : ВЦП, 1982. – 288 с. – (Тетради новых терминов; №39, вып. 2).
2. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. Н. Зарецкая. – Челябинск, 2010. – 21 с.
3. Карасик В. И. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методология современной психолингвистики. – Москва, Барнаул, 2003. – С. 50 – 57.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Лавріненко І.М. Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англomовному кіно дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. М. Лавріненко. – Харків, 2011. – 20 с.
6. Нечай О. Ф. Основы киноискусства : [учеб. пособие для некинематогр. вузов] / О. Ф. Нечай, Г. В. Ратников; под ред. И. В. Вайсфельда. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Мн. : Выш. шк., 1985. – 368 с.

7. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики: учебное пособие / М. В. Никитин. – [2-е изд., доп. и испр.]. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 819 с.
8. Приходько А. Н. Концепт в дискурсах vs концепты в дискурсе / А. Н. Приходько // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография (Серия «Язык и дискурс». Вып.1) / [отв. ред. М. Ю. Олешков]. – Нижний Тагил, 2009. – С. 125 – 139.
9. Пшеничних А. М. Реперспективізація предметної ситуації в англomовному діалогічному дискурсі (на матеріалі мультимедійних ігрових кінотворів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. М. Пшеничних. – Харків, 2011. – 21 с.
10. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
11. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
12. Чернявская В. Е. Дискурс как фантомный объект: от текста к дискурсу и обратно? [Электронный ресурс] / В. Е. Чернявская // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2011. – № 3. – С. 86 – 95. – Режим доступа: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no3-2011/cernavskaa-v-e>
13. Culpeper J. Reflections on a cognitive stylistic approach to characterization / J. Culpeper // Cognitive Poetics: Goals, Gains and Gaps: [ed. by G. Brone & J. Vandaele]. – Berlin, 2009. – P. 125 – 160. – (Series “Application of Cognitive Linguistics, vol. 10).
14. Monaco J. How to Read a Film: The World of Movies, Media, and Multimedia. Language, History, Theory / J. Monaco. – [3rd edn.]. – New York: Oxford University Press, 2000. – 672 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Cambridge Dictionary Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/>
2. Collins American English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/american/hero?showCookiePolicy=true>
3. Dictionary Reference [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.reference.com/>
4. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/>
5. Macmillan Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.macmillandictionary.com>
6. Merriam-Webster [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/>
7. Oxford Advanced American Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oaadonline.oxfordlearnersdictionaries.com/dictionary/hero>
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com>
9. Star Wars. Episode 4: A New Hope (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-A-New-Hope.html>
10. Star Wars: Episode 6: Return of the Jedi (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-Return-of-the-Jedi.html>
11. Superman (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scifiscripts.com/scripts/superman_I_shoot.txt
12. Thor (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Thor.html>

Котова И. Понятийная и оценочная составляющие концептов ГЕРОЙ и АНТИГЕРОЙ в американском англоязычном кинодискурсе.

В статье определяется роль концептов ГЕРОЙ и АНТИГЕРОЙ в кинодискурсе, исследованы языковые средства их реализации в американском англоязычном кинодискурсе в рамках когнитивно-дискурсивного подхода к изучению языковых явлений, а также выделены структурные компоненты этих концептов. Рассматриваемые концепты являются опорными для кинодискурса, что обусловлено центральной ролью героя и антигероя в построении кинофильма как произведения с точки зрения драматургии. В статье исследованы понятийный и ценностный компоненты концептов. Понятийная составляющая выделена при помощи словарных дефиниций лексических единиц hero и antihero, а ценностная составляющая определена с использованием лексических единиц с оценочным компонентом значения. Интенционал понятия «герой» составляют элементы значения, связанные с одобрением окружающими действий и характеристик человека, в частности, храбрости. Понятие «антигерой» воспринимается через признаки, характерные для его антипода, понятия «герой». В портретизации соответствующих персонажей ценностная составляющая является доминирующей, поскольку при совпадении некоторых характерных признаков, входящих в понятийную составляющую концептов ГЕРОЙ и АНТИГЕРОЙ, именно ценностный компонент отражает принципиальное отличие.

Ключевые слова: концепт, кинодискурс, понятийная составляющая, ценностная составляющая, портретизация, герой, антигерой.

Kotova I. The Notional and Evaluative Constituents of the Concepts HERO and ANTIHERO in the American Film Discourse.

The article focuses on the role of the concepts HERO and ANTIHERO in the film discourse, linguistic means of their implementing in the American film discourse in terms of the cognitive-discursive approach in linguistics and structural components of these concepts. The concepts are considered pivotal for the film discourse, which is conditioned by the central role of the hero and antihero in the film narrative. The notional and evaluative constituents of the concepts have been singled out. The notional constituent is defined by way of defining common components in vocabulary definitions of the lexical units “hero” and “antihero”. Lexical units containing evaluative component in their meaning provided the material for singling out the evaluative constituent. The nucleus of the concept HERO is composed of the elements associated with the approval of a person’s actions and characteristics, in particular, courage. The concept ANTIHERO is perceived through its antipode’s features. The evaluative constituent tends to dominate in the process of characterization since it determines the difference between the concepts HERO and ANTIHERO, whereas their notional nuclei may coincide.

Key words: *concept, film discourse, notional constituent, evaluative constituent, characterization, hero, antihero.*

Наталія Малащук-Вишневецька
(Вінниця)

УДК 801.42+81’38=111

КОНСТРУКТИВНО-ТВОРЧЕ МАПУВАННЯ У СТРУКТУРНО-ГРАФІЧНИХ І ФОНЕТИЧНИХ ЗАСОБАХ НОНСЕНСУ

Досліджено структурно-графічні та фонетичні засоби створення нонсенсу, що втілюються в текстах сучасної американської поезії шляхом конструктивно-творчого мапування. Визначено специфіку конструктивно-творчого мапування як лінгвокогнітивної операції креативного упорядкування мовних одиниць, обігравання їх потенційних синтагматичних і парадигматичних властивостей. У статті з’ясовано, що особливістю сучасних американських віршованих текстів є широке використання на рівні з мовними одиницями графічних символів, знаків і т. д. Конструктивно-творче мапування у цьому випадку є тією лінгвокогнітивною операцією, яка сприяє втіленню креативного потенціалу засобів мови та графіки в словесній тканині тексту. Встановлено, що структурно-графічні та фонетичні засоби створення нонсенсу виражають індивідуально-авторське сприйняття дійсності сучасними поетами.

Ключові слова: *конструктивно-творче мапування, лінгвокогнітивні операції, нонсенс, структурно-графічні засоби, фонетичні засоби.*

Постановка наукової проблеми. Дослідження структурно-графічних і фонетичних засобів створення нонсенсу в американській поезії є актуальним у світлі загальної спрямованості сучасних наукових розвідок на пошуки прихованих смислів художніх текстів. Мовна реалізація нонсенсу відбувається завдяки застосуванню у віршованих творах системи лінгвостилістичних засобів, що утворюються одиницями основних та проміжних мовних рівнів, а саме: фонетичного, морфологічного, словотворчого, лексико-семантичного та синтаксичного. Втілення цих засобів у тканині тексту відбувається шляхом лінгвокогнітивної операції конструктивно-творчого мапування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній когнітивній поетиці під лінгвокогнітивною операцією (від лат. *operatio* – дія, спрямована на вирішення якогось завдання) розуміють сукупність дій, спрямованих на формування поетичних образів [1, с. 135]. На різних етапах формування образів лінгвокогнітивні операції супроводжуються лінгвокогнітивними процедурами (від лат. *procedo* – просування вперед), тобто притаманною їм низкою послідовних прийомів [там само]. Конструктивно-творче мапування є операцією упорядкування парадигматичних та синтагматичних відношень між компонентами словесного поетичного образу [1, с. 186]. Така операція уможлиблюється потенційною здатністю мовних сутностей до актуалізації у мовленні [там само], що веде до створення новизни словесних поетичних образів на вербальному рівні.

Метою статті є з'ясування ролі конструктивно-творчого мапування у створенні структурно-графічних і фонетичних засобів поезики нонсенсу на матеріалі сучасної американської поезії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Продукуючи нетривіальні тексти, автор здатний моделювати мовні одиниці новаторського характеру і усвідомлювати структури та закономірності породження смислу [5, с. 36-37]. За допомогою конструктивно-творчого мапування поети креативно і естетично грамотно використовують мовні одиниці у комплексі із закономірностями граматичної (синтаксичної, синтагматичної) структури і архітекτονіки тексту, маючи перед собою завдання виразити індивідуально-авторське сприйняття світу та моделювання можливих світів.

Конструктивно-творче мапування представляє собою не традиційне, канонічне використання мови, а мовну творчість, зумовлену асиметрією мовного знаку і порушенням системних відношень між знаками [3], орієнтоване на приховані естетичні можливості мовного знаку та отримання задоволення від їх розкриття. Зауважимо, що особливістю поезики нонсенсу в сучасних американських віршованих текстах є широке використання на рівні з мовними одиницями графічних символів, знаків і т.д. Конструктивно-творче мапування у цьому випадку є тією лінгвокогнітивною операцією, що сприяє втіленню креативного потенціалу засобів мови та графіки у словесній тканині тексту.

Структурно-графічні особливості оформлення тексту – це перше, на що звертаємо увагу при інтерпретації поетичного мовлення. Такі засоби можуть використовуватися з метою візуального впливу на читача. Традиційно, до графічних стилістичних засобів відносять такі засоби пунктуації та орфографії як знак оклику та знак питання, тире, крапку та три крапки, лапки, курсив, велика літера, графон та ін. [2]. Автори сучасних віршованих текстів створюють комбінації графічних елементів, вдаючись також до нетрадиційних графічних засобів: гри зі шрифтами, різних способів написання букв, заміни складів та слів графічними символами, пропусків та порожніх рядків і строф. Як правило, такі експерименти завжди є відхиленням від загальноприйнятих норм або прямим порушенням цих норм. Тому сучасні віршовані тексти візуально відрізняються від традиційних віршів: «сторінка більше не містить у собі акуратно виготовленого поетичного факту, а є радше тим місцем, де поет працює з якоюсь конкретною темою» [4, с. 313].

Графічне оформлення сучасних віршованих творів є надзвичайно різноманітним, воно створює певну установку на сприйняття тексту ще до прочитання самого вірша та допомагає читачеві розгадати авторську інтенцію того чи іншого твору. Наприклад, віршований текст Інґрід Де Клерк «Ode to a DC-9» – «Ода DC-9-му» (De Clerq) оформлений у вигляді малюнку літака марки DC-9. У такий спосіб графічний малюнок тексту визначається його змістом. Хвалебна пісня на честь літака у вигляді власне самого літака є оригінальним втіленням авторського задуму: передати своє захоплення досягненнями сучасної авіації. Аналізований текст відноситься до фігурних віршів, оскільки дає наочне уявлення предмету, описаного у тексті словами та «пропонує читачеві-глядачеві графічний дублікат словесного образу» [6, с. 476].

Якщо традиційно графічні стилістичні засоби необхідні для повідомлення читачеві того, що в усному мовленні передається наголосом, тоном голосу, паузами, наголошенням або подвоєнням деяких звуків і т. д., то графічна форма сучасних віршованих текстів покликана не лише відображати структуру твору, а, перш за все, налаштувати читача на емоційність та експресивність повідомлення. Деякі віршовані тексти не належать виключно до літератури, а представляють новий вид творчості, у якому «словесний ряд літератури дорівнює предметному ряду образотворчого мистецтва» [там само]. Недаремно М. Гарднер образно порівнює поетичний нонсенс з живописом, вказуючи на очевидну схожість першого із абстракціонізмом: «Художник реаліст змушений копіювати природу, причому робити це якомога точніше, щоб передати форму і колір; коли художник абстракціоніст абсолютно вільний у виборі фарб та знаходить у заняттях живописом більше задоволення» [7, с. 156]. До таких новаторських творів відносимо віршований текст С. Селбі «Reflection» (S. Selby):

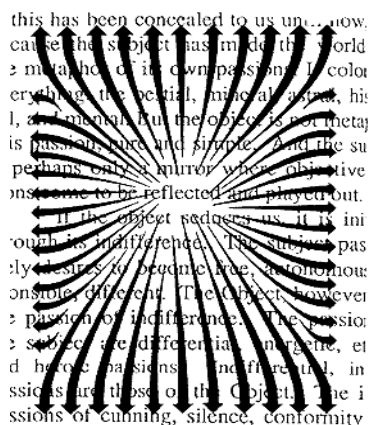


Рис. 1.1. Віршований текст С. Селбі «Відображення»

Якщо у фігурних віршах функція графічного образу є вторинною, то у зразках візуальної поезії модерністів та експериментальній творчості постмодерністів – форми графічної композиції самоцінні [6, с. 477]. Тому, розглядати твір С. Селбі поза його графічною формою не має сенсу, оскільки текст віршу є лише фоном для графічного малюнку. Деякі знаки тексту, що проглядаються крізь малюнок, покликані створювати семантичну багатозначність, оскільки кожен читач може по-своєму їх інтерпретувати. Тому, основною функцією аналізованого віршованого твору, як і багатьох інших поетичних текстів модернізму та постмодернізму, є естетична.

Структурно-графічні засоби в сучасній американській поезії застосовуються у комбінаціях із засобами інших мовних рівнів: фонологічного, словотвірного, синтаксичного. На фонологічному рівні конструктивно-творче мапування виявляється, наприклад, в алітерації, асонансі, какології, ономапопеї та ін. або у їх поєднанні. Так, віршований текст А. Дікса, написаний із використанням лише п'яти букв, є ілюстрацією алітерації і асонансу:

*I see as I sit at tea
A stasis state at sea
I test, as I eat,
A East-Asia seat;
I assess a siesta settee. (A. Deex)*

В аналізованому творі дотримується один із головних когнітивних принципів фонетичного упорядкування віршованого мовлення – економія [8], тобто, у межах замкненої поетичної форми, в даному випадку лімерику, за відсутності будь-яких поетичних тропів і за допомогою лише фонетичних експресивних засобів створюється особливий звуковий малюнок і емотивність та досягається ефект комічності.

На думку Е. Каммаертса, у поезії нонсенсу може бути мало смислу, але в ній «дуже багато музики» [цит. по 5, с. 123]. Тому поезія нонсенсу є саме тим жанром літератури, який апелює не лише до розуму, але й до слуху, адже найважливіше завдання поета полягає у тому, щоб «писати музику словами» [там само]. Нехай поезія нонсенсу і не належить до найвищої форми поезії, але немає сумнівів у тому, що вона є найпоетичнішою [там само]. Чудовою ілюстрацією сказаного може бути віршований етюд О. Неша «The Literary Scene»:

*In imperial boudoirs
The heroine noudoirs.
For so mimsy a babe
The womraths outrabe. (O. Nash)*

Як бачимо, за допомогою алітерації та асонансу поету вдається досягнути особливого звучання і поетичності віршу, на фоні яких смислове наповнення мовних одиниць стає другорядним.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, конструктивно-творче мапування можна тлумачити як неконвенційне поєднання мовних одиниць різних рівнів задля створення нонсенсу. Суть конструктивно-творчого мапування полягає в операціях по перетворенню різнорівневих мовних одиниць, що створюють ефект несподіваності, неоднозначності, протилежності. Структурно-графічні засоби в сучасній поезії покликані не лише відображувати структуру твору, але й створювати семантичну багатозначність і налаштовувати

читача на емоційність та експресивність повідомлення. Фонетичне упорядкування віршованого мовлення послуговується одним із головних когнітивних принципів – принципом економії, що полягає в досягненні максимального ефекту за відсутності будь-яких поетичних тропів у творі. Перспективу подальших наукових розвідок вбачаємо в дослідженні інших засобів створення нонсенсу, що належать до морфологічного, лексико-семантичного і синтаксичного мовних рівнів, у ракурсі конструктивно-творчого мапування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белехова Л.І. Словесний образ в американській поезії : лінгвокогнітивний аспект : монографія / Лариса Іванівна Белехова. – Вид 2-е, доп. і перероб. – М., ООО «Звездапад», 2004. – 376 с.
2. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / Илья Романович Гальперин – М., 1958. – 74 с.
3. Гридина Т.А. Языковая игра: Стереотип и творчество: Монография / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 1996. – 214 с.
4. Кліпенгер Д. Поезія, постмодерна / Д. Кліпенгер // Енциклопедія постмодернізму / В.Шовкун (пер. з англ.). – К. : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2003. – С. 312-314.
5. Нухов С.Ж. Языковая игра в словообразовании: на материале лексики английского языка: дис. на соискание научной степени доктора филологических наук : 10.02.04 / Салават Жавдатович Нухов. – М., 1997. – 372 с.
6. Семенов В.Б. Поэтическая графика / Вадим Борисович Семенов // Введение в литературоведение / Под ред. Л.В. Чернец. М. : Высшая школа, 2004. – С. 467-477.
7. Gardner M. The Annotated Alice / Martin Gardner. N.Y., 1960. – 384 p.
8. Tsur R. Toward a Theory of Cognitive Poetics / Reuven Tsur. – Amsterdam : Elsevier Science Publishers, 1992. – 549 p.
9. De Clerq I., Selby S. Poetry / I. De Clerq, S. Selby // Electronic Poetry Review, Issue 1 – Режим доступу: // <http://www.epoetry.org/issues/issue1/alltext/poetry.htm>
10. Deex A. Some Really Interesting Limericks / Arthur Deex – Режим доступу: // <http://www.limericks.org/pentatette/worth.htm>
11. Nash O. Poems / Ogden Nash // The World's Poetry Archive – Режим доступу: // www.poemhunter.com/.../ogden_nash_2004_9.

Малащук-Вишневецкая Н. Конструктивно-творческое картирование в структурно-графических и фонетических средствах нонсенса.

В статье исследуются структурно-графические и фонетические средства создания нонсенса, которые воплощаются в текстах современной американской поэзии путем конструктивно-творческого картирования. Определена специфика конструктивно-творческого картирования как лингвокогнитивной операции креативного упорядочения языковых единиц, обыгрывания их потенциальных синтагматических и парадигматических свойств. В статье установлено, что особенностью современных американских стихотворных текстов является широкое использование на уровне с языковыми единицами графических символов, знаков и т. п. Конструктивно-творческое картирование в этом случае является той лингвокогнитивной операцией, которая способствует воплощению творческого потенциала средств языка и графики в словесной ткани текста. Установлено, что структурно-графические и фонетические средства создания нонсенса выражают индивидуально-авторское восприятие действительности современными поэтами.

Ключевые слова: конструктивно-творческое картирование, лингвокогнитивные операции, нонсенс, структурно-графические и фонетические средства.

Malashchuk-Vyshnevs'ka N. Constructive and Creative Mapping in Structural, Graphical and Phonetic means of Nonsense.

The article focuses on investigation of structural, graphical and phonetic means of nonsense creation which are realized in modern American poetry by means of constructive and creative mapping. The specific character of the linguistic and cognitive operation of constructive and creative mapping is defined as the creative arranging of linguistic units, the usage of their syntagmatic and paradigmatic potential. The article reveals the peculiarities of American modern poetry consisting in the wide usage of graphical symbols, signs, etc. Constructive and creative mapping in this way is the linguistic and cognitive operation which contributes to the embodiment of the creative potential of the language means into the verbal texture of poetry. It is proved that structural, graphical and phonetic means of nonsense creation express the individual perception of reality of modern poets.

Key words: constructive and creative mapping, structural and graphical means, phonetic means, nonsense, linguistic and cognitive operations.

Олена Радченко
(Черкаси)

УДК 811.111 [371+373.2]

КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА В АНГЛОМОВНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ: ПРОЦЕДУРА АНАЛІЗУ КОРЕЛЯТИВНОГО ДОМЕНУ

Викладено поетапну процедуру аналізу корелятивного домену при утворенні концептуальних метафор в англomовній терміносистемі маркетингу. На першому етапі аналізується система доменів, до складу яких входять концептуальні кореляти метафор, на другому етапі – спосіб мапування корелятивного домену на референтну концептосферу МАРКЕТИНГ. При цьому корелятивний домен розглядається у такій послідовності: визначення концептуальних метафор, що утворюються на основі корелятивного домену; характеристика кожної з цих метафор (її кількісна представленість у мовному матеріалі, складники концептуальної метафори, результат перехресного мапування корелятивного та референтного доменів); опис зовнішнього та внутрішнього спектрів метафори; підсумковий аналіз взаємодії корелятивного домену з референтною концептосферою МАРКЕТИНГ. За ступенем залучення корелятивного домену до метафоротворення встановлено його метафоричний потенціал. У якості прикладу для аналізу наведений корелятивний домен *ВОЄННІ ДІЇ*.

Ключові слова: терміносистема маркетингу, концептуальна метафора, референтний домен, корелятивний домен, перехресне мапування, спектр метафори.

Постановка наукової проблеми. Англomовна терміносистема маркетингу (ТСМ) – науки, що «вивчає розподіл товарів на шляху від виробника до споживача» [3, с. 47] – представлена досить великим масивом даних, який містить понад 1200 метафоричних виразів. Аналіз значної кількості мовних одиниць вимагає застосування певної процедури їх обробки. Один із можливих варіантів такої процедури, розроблений С. А. Жаботинською [1], був успішно застосований у дослідженні концептуальної метафори у терміносистемі маркетингу [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія концептуальної метафори є однією з центральних у когнітивній лінгвістиці, яка розглядає метафору не тільки як феномен мови, а й як один з основних засобів мислення [10; 11; 6]. Засновники теорії Джордж Лакофф і Марк Джонсон стверджують, що основна причина присутності метафори в концептуальній системі полягає в тому, що метафори полегшують процес мислення, пояснюючи складні абстрактні поняття за допомогою понять більш конкретних і зрозумілих [10, с. 115]. Когнітивна лінгвістика визначає **концептуальну метафору** як процес розуміння одного концепту або домену в термінах іншого [11, с. 203]. При цьому доменом є тематичне поле, до складу якого входять різні концепти, пов'язані один з одним. Концепт або домен, що осмислюється за допомогою метафори, називається **цільовим**, або **референтним**. Концепт або домен, що залучається до порівняння, називається **вихідним**, або **корелятивним** [11, с. 203]. Співвідношення між референтом і корелятом, яке містить певний аспект для порівняння (підгрунтя метафори), визначається як **перехресне мапування** [11, с. 245]. Слід зазначити, що при розумінні референта в термінах корелята висвітлюються одні аспекти референта і затемнюються інші. Це явище, назване **висвітленням-затемненням**, є причиною того, що різні аспекти одного і того ж референтного поняття структуруються за допомогою низки метафор, і їх функція полягає не в тому, щоб дати сукупну характеристику референту, а в тому, щоб висвітлити його окремі властивості [10, с. 108]. Таким чином, при створенні метафори один і той самий корелят може проектуватися на різні референти, які, за визначенням З. Ковечеша, утворюють **спектр метафори** [6, с. 315; 9, с. 80]. Водночас група корелятів, що систематично використовуються для метафоризації одного й того ж референта, утворюють **діапазон метафори** [7, с. 183-184; 8, с. 70]. Зазначені поняття теорії концептуальної метафори є ключовими для аналізу метафоричних виразів у складі англomовної терміносистеми маркетингу.

До складу терміносистеми маркетингу входять слова та словосполучення, що називають спеціальні поняття, пов'язані з маркетинговою діяльністю. У сучасних терміносистемах зафіксоване превалювання термінів-метафор, які уточнюють вже існуючі поняття, а також

називають нові [5, с. 630]. Такі словосполучення є поширеними і серед термінів маркетингу. Оскільки більшість з понять маркетингу є абстрактними, їх позначення здійснюється за допомогою метафоричних виразів. У сучасній когнітивній лінгвістиці вони є об'єктом дослідження в теорії концептуальної метафори.

Мета статті. Стаття має на меті описати поетапну процедуру аналізу корелятивного домену, який залучається для утворення концептуальних метафор у англійській терміносистемі маркетингу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Поняттєвий простір референтів метафоричних виразів у терміносистемі маркетингу визначається як концептосфера МАРКЕТИНГ. Вона упорядковується за допомогою концептуальної моделі «мережі-в-мережах»: концептосфера є мережею доменів, кожен з яких є мережею парцел, що містять конкретні концепти, представлені мережею ознак [2, с. 76]. Аналіз 1200 метафоричних одиниць, які є термінами маркетингу, свідчить про те, що до складу концептосфери МАРКЕТИНГ входять 11 взаємопов'язаних доменів: КОМПАНІЯ, ТОВАР, РОЗПОДІЛ, СТРАТЕГІЯ, ПРОСУВАННЯ, ПОТРЕБИ, ДОСЛІДЖЕННЯ, РИНОК, ЦІНА, КОНКУРЕНЦІЯ та СПОЖИВАЧ. Ці домени мають різний ступінь складності, залежно від кількості відповідних конститутивних парцел. Кожна з них представлена одним або декількома тематично зближеними концептами, які мають мовне позначення-термін. Так, наприклад, домен КОМПАНІЯ структурується за допомогою 4 парцел – КОМПАНІЯ, ОРГАНІЗАЦІЯ, БРЕНД КОМПАНІЇ та ІМІДЖ КОМПАНІЇ. Парцела КОМПАНІЯ містить такі концепти, як *company, business, firm, producer, manufacturer*; інші три парцели містять по одному концепту відповідно: *organization, companybrand, companyimage*.

Дослідження корелятивного домену здійснюється в декілька послідовних етапів. **На першому етапі** дослідження розглядається поняттєвий простір корелятивів метафоричних виразів. Корелятивні концепти також групуються за своєю тематичною близькістю, тобто розподіляються по різних корелятивних доменах. Корелятивні домени, що мапуються на всю референтну концептосферу МАРКЕТИНГ, утворюють її метафоричний діапазон. До його складу входять 14 корелятивних доменів, які можна умовно поділити на дві групи. Перша містить домен ЛЮДИНА й близькі до нього домени, які репрезентують різні аспекти людської діяльності – фізичної, економічної, військової (БУДІВЛЯ, ЇЇ СПОРУДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ, ШЛЯХ / РУХ ШЛЯХОМ, ВОДОЙМИЩЕ / ПЛАВАННЯ, ВОЄННІ ДІЇ, СПОРТИВНІ ЗМАГАННЯ). Друга група містить домен ОБ'ЄКТ та близькі до нього домени (РОСЛИНА ТА ЇЇ ВИРОЩУВАННЯ, РЕЧОВИНА, КОНТЕЙНЕР, ПОКРОВ, ОДЯГ І ЙОГО ПОШИТТЯ, ЛАНЦЮГ / МЕРЕЖА, ЛІХТАР / СВІТЛО) [4, с. 91-92].

На другому етапі аналізу розглядається спосіб мапування кожного з корелятивних доменів на референтну концептосферу МАРКЕТИНГ. При цьому корелятивний домен розглядається у такій послідовності: визначення концептуальних метафор, що утворюються на основі корелятивного домену; характеристика кожної з цих метафор (її кількісна представленість у мовному матеріалі, складники концептуальної метафори, результат перехресного мапування корелятивного та референтного доменів); опис зовнішнього та внутрішнього спектрів метафори; підсумковий аналіз взаємодії корелятивного домену з референтною концептосферою МАРКЕТИНГ. Як приклад для аналізу наведений корелятивний домен ВОЄННІ ДІЇ.

У результаті взаємодії референта і корелята може утворитися не одна, а декілька концептуальних метафор. Причиною цього явища, названого С. А. Жаботинською **розщепленням концептуальної метафори**, стає **не конгруентне мапування**, коли один і той самий референтний концепт корелює з різними, несумісними концептами корелятивного домену [1]. Наприклад, у нашому матеріалі при мапуванні корелятивного домену ВОЄННІ ДІЇ на референтну концептосферу МАРКЕТИНГ утворюються три автономні концептуальні метафори: «РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ Є ПІДКОРЕННЯ ТЕРИТОРІЇ», «РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ Є ЗАСТОСУВАННЯ ЗБРОЇ» та «КОНКУРЕНТНА РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ Є ВІЙНА», - в яких ринок порівнюється з сутностями, несумісними в рамках однієї події (табл. 1).

Проекція корелятивного домену ВОЄННІ ДІЇ
на референтну концептосферу МАРКЕТИНГ

№	Концептуальні метафори	Кількість МВ	%
1.	РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ є ЗАСТОСУВАННЯ ЗБРОЇ	67	50
2.	КОНКУРЕНТНА РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ є ВІЙНА	37	27,6
3.	РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ є ПІДКОРЕННЯ ТЕРИТОРІЇ	30	22,4
	Разом	134	100

Далі процедура аналізу передбачає ідентифікацію складових корелятивного домену, які беруть участь у створенні концептуальних метафор. У якості приклада наведемо аналіз концептуальної метафори «РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ є ЗАСТОСУВАННЯ ЗБРОЇ», яка представлена найбільшою кількістю метафоричних виразів (50% прикладів).

Концептуальна метафора «РИНКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ є ЗАСТОСУВАННЯ ЗБРОЇ». Дані: 67 метафоричних виразів (14 – домен СТРАТЕГІЯ, 14 – домен ТОВАР, 9 – домен ПРОСУВАННЯ, 8 – домен КОМПАНІЯ, 7 – домен СПОЖИВАЧ, 6 – домен РИНОК, 4 – домен ПОТРЕБИ, 4 – домен ЦІНА, 1 – домен РОЗПОДІЛ).

Структура метафори: ТОВАР, ЦІНА, СТРАТЕГІЯ, ПРОСУВАННЯ, РОЗПОДІЛ є зброя; РИНОК є місце розташування зброї; РИНОК, СПОЖИВАЧ, ПОТРЕБИ, СТРАТЕГІЯ-прибуток є ціль, по якій стріляють; КОМПАНІЯ є той, хто стріляє. Перехресне мапування:

- **Зброя, яку несуть:** (ТОВАР) *smb carries goods/merchandise, packaging, product/*. **Зброя, яку пересувають, розташовують на полі бою:** (ТОВАР) *smb moves goods to the market, smbplaces the product on the market, smb puts the product on the market, product is on the market.*

- **Територія (поле бою), куди пересувають і де розташовують зброю (РИНОК)** *smb moves goods to the market, smbplaces (puts) the product on the market.*

- **Зброя-снаряд:** (ТОВАР) *smb launches the brand, smb launches the product on the market, productlaunch, smb throws goods on the market.* **Зброя-ласо для підтягування підкорюваного:** (СТРАТЕГІЯ) *pull marketing strategy.* **Зброя-таран для тиску на підкорюваного:** (ТОВАР) *smb pushes goods on smb, smb presses goods on smb, (РОЗПОДІЛ) high-pressure sale.* **Той, когопідкорюють:** (СПОЖИВАЧ) *pull promotional strategy is directed at end users.*

- **Зброя, яка стріляє:**(ТОВАР) *smb targets theproduct to smth;* (ЦІНА) *one-shot costs, target costs /price/, trigger price;* (ПРОСУВАННЯ) *smb targets direct mail at smb, smb blitzes smb with various types of communication, combative advertising, breakthrough advertising, low-pressure advertising, (on-)target advertising, on-target advertisement, advertising catches the eye, advertisement triggers an urge to buy;* (СТРАТЕГІЯ) *smb focuses marketing efforts, smb focuses the marketing strategy on smth,marketing strategy /perspective/ focuses on, marketing strategy targetssmth, target marketing, smbdirects the marketing program toward smth, smb targets the program to smth,target program,rifle approach, shotgun approach.*

- **Ціль, по якій стріляють:** (РИНОК) *smb targets the market /marketsegment/, smb targets the product to the market segment, target market /segment/, smb focuses on the market;* (СПОЖИВАЧ) *smbtargets the consumer, target consumer /audience/, smb focuses on the customer (benefits), smb directs the marketing program towards the consumers, smb blitzes the consumer with various types of communication;* (ПОТРЕБИ) *targetneed(s), smb focuses on customer needs, smb targets the program to consumer needs, smb focuses the marketing strategy on (responses to) market wants,* (СТРАТЕГІЯ, прибуток) *target profit,smb misses profit, missed profit.*

- **Підкорювач, що застосовує зброю:** (КОМПАНІЯ) *company carries merchandise and packing, manufacturer places the product on the market, company launches the product (brand), firm targets a market segment, firm focuses on the market, company targets the consumer, company focuses on the customer (benefits), company directs its marketing program toward the consumers.*

Результат перехресного мапування: компанія приносить із собою товар і розміщує його на ринку, що має бути підкорений; товар націлюють на ринок або ринковий сегмент, товар кидають на ринок, товар штовхають на споживача, здійснюючи тиск; товар, його просування (рекламу) та

ринкові стратегії націлюють на споживача і його потреби, за допомогою стратегії притягують споживача. Потреби самої компанії, її прибуток є кінцевою ціллю, у яку компанія може й не влучити.

Загалом корелятивний домен ВОЄННІ ДІЇ проектується на десять доменів референтного простору. Це домени ТОВАР, СТРАТЕГІЯ, РИНОК, КОМПАНІЯ, ЦІНА, ПРОСУВАННЯ, РОЗПОДІЛ, КОНКУРЕНЦІЯ, СПОЖИВАЧ та ПОТРЕБИ, які утворюють десятичленний зовнішній спектр метафори. Найбільшу кількість метафоричних виразів (20,9% прикладів) має референтний домен ТОВАР. Достатньо високою є також кількість метафоричних виразів для референтних доменів СТРАТЕГІЯ (14,93%) та РИНОК (14,93%).

При утворенні метафоричних виразів у корелятивному домені активуються вісім основних понять: *підкорювач території; підкорювана територія/власність; той, кого підкорюють; сторони, що воюють; союзники сторін, що воюють; воєнні дії; зброя; ціль, по якій стріляють*. У кількісному відношенні найбільш представленими є метафоричні вирази з корелятивним поняттям *зброя* (37,31%). Воно утворює і найширший, п'ятичленний внутрішній спектр метафори: *зброя* → СТРАТЕГІЯ (*marketing strategy, marketing efforts, marketing, program, perspective, approach*), ТОВАР (*product, goods, merchandise, packaging, brand*), ЦІНА (*price, costs*), ПРОСУВАННЯ (*advertising, communication, advertisement, direct mail*), РОЗПОДІЛ (*sale(s)*). Поняття *ціль, по якій стріляють* (11,94%), пов'язане з поняттям *зброя*, має чотиричленний внутрішній спектр: *ціль, по якій стріляють* → СПОЖИВАЧ (*consumer, audience, customer*), ПОТРЕБИ (*need(s), wants*), РИНОК (*market, market segment*), СТРАТЕГІЯ (*profit*). Поняття *підкорювач території* (9,7%) та *союзники сторін, що воюють* (9,7%) мають одночленний та тричленний спектри відповідно: *підкорювач території* → КОМПАНІЯ (*company, firm, manufacturer*); *союзники сторін, що воюють* → ТОВАР (*product, brand*), РОЗПОДІЛ (*distribution, chain, channel*), СТРАТЕГІЯ (*strategy, marketing strategy*). Внутрішні спектри корелятивних складників *територія/власність* (14,93%) та *той, кого підкорюють* (0,75%) є двочленним та одночленним відповідно: *територія* → РИНОК (*market, market share, market niche*), РОЗПОДІЛ (*channel, sales*); *той, кого підкорюють* → СПОЖИВАЧ (*user*). Аналогічно, двочленним і одночленним є внутрішні спектри корелятивних понять *сторони, що воюють* (10,45%) та *воєнні дії* (5,22%): *сторони, що воюють* → КОМПАНІЯ (*company, organization*); ТОВАР (*product, brand, packaging*); *воєнні дії* → КОНКУРЕНЦІЯ (*competition, attack, battle*).

Загалом, домен ВОЄННІ ДІЇ має високий метафоричний потенціал порівняно з іншими корелятивними доменами. Він містить 3 концептуальні метафори, об'єктивовані у 134 метафоричних виразах (11,24% від загальної кількості всіх МВ ТСМ), що належать до 10 референтних доменів. З них найбільш представленим є референтний домен ТОВАР (28 МВ). Кожен із корелятивних доменів, залучених до метафоризації у концептосфері МАРКЕТИНГ, містить низку концептів, які також наділені різним метафоричним потенціалом. Найбільш активованим концептом корелятивного домену ВОЄННІ ДІЇ є концепт *зброя* (50 МВ – 4,2% від загальної кількості всіх МВ ТСМ), який має середній метафоричний потенціал.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Широкий метафоричний спектр корелятивного домену ВОЄННІ ДІЇ свідчить про його активне залучення до процесу метафоризації в терміносистемі маркетингу, а саме для пояснення ринкових заходів у термінах військових операцій із застосуванням зброї. Аналогічна методика аналізу є універсальною для опису будь-яких корелятивних понять, які номінують одиниці не тільки терміносистеми маркетингу, але й будь-якої іншої терміносистеми..

ЛІТЕРАТУРА

1. Жаботинская С. А. Концептуальная метафора: процедура анализа для множественных данных / С. А. Жаботинская // Актуальні проблеми менталінгвістики: зб. статей за матеріалами VII міжнародної наукової конференції. – Черкаси: Ант, 2011. – С. 3-6.
2. Жаботинская С. А. Онтологии для словарей-тезаурусів: лінгвокогнітивний підхід / С. А. Жаботинская // Філологічні трактати. – 2009. – Том 1, №2. – С. 71-87.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
4. Радченко О. Ю. Концептуальна метафора в терміносистемі маркетингу (на матеріалі англійських текстів): дис. ... кандидата філол. наук: 10.02.04 / Радченко Олена Юріївна. – Черкаси, 2012. – 314 с.
5. Симоненко Л. О. Термінологія // Українська мова. Енциклопедія. Редкол. Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – К.: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2000. – С. 631.
6. Kovacs Z. American friendship and the scope of metaphor / Z. Kovacs // Cognitive Linguistics. – 1995. – Vol. 6-4. – P. 315-346.

7. Kovecses Z. Metaphor: a practical introduction / Kovecses Z. – New-York : Oxford University Press, 2002. – 285 p.
8. Kovecses Z. Metaphor in Culture: Universality and Variation / Kovecses Z. – Cambridge & New York : Cambridge University Press, 2005. – 314 p.
9. Kovecses Z. The scope of metaphor / Z. Kovecses // Metaphor and metonymy at the crossroads. A cognitive perspective. – Berlin-New-York : Mouton de Gruyter, 2000. – P. 79–92.
10. Lakoff G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.
11. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – P. 202–252.

Радченко Е. Концептуальна метафора в англійській термінології маркетингу: процедура аналізу корелятивного домена.

В статті показано поетапну процедуру аналізу корелятивного домена при створенні концептуальних метафор в англійській термінології маркетингу. На першому етапі аналізується система доменів, в яку входять концептуальні кореляти метафор, на другому етапі – спосіб картирування корелятивного домена на референтну концептосферу МАРКЕТИНГ. При цьому корелятивний домен розглядається в такій послідовності: визначення концептуальних метафор, які створюються на основі корелятивного домена; характеристика кожної з цих метафор (їх кількісна представленість в мовному матеріалі, складові концептуальної метафори, результат перехресного картирування корелятивного і референтного доменів); описання зовнішнього і внутрішнього спектрів метафори; підсумковий аналіз взаємодії корелятивного домена з референтною концептосферою МАРКЕТИНГ. Степень привабливості корелятивного домена до процесу створення метафор визначається його метафорическим потенціалом. Як приклад для аналізу взято корелятивний домен ВОЕННІ ДІЯЛЬНІСТІ.

Ключові слова: термінологія маркетингу, концептуальна метафора, референтний домен, корелятивний домен, перехресне картирування, спектр метафори.

Radchenko O. Conceptual Metaphor in the English Terminology of Marketing: Analysis Procedure of Source Domain.

This article describes a step-by-step procedure of the analysis of a source domain taken for creating conceptual metaphors in the English terminology of marketing. The first stage is concerned with the analysis of the system of source domains, the second stage – with the analysis of way of mapping source domain and target conceptual sphere of MARKETING. The source domains concerned in such a sequence: identification of conceptual metaphors formed on the basis of the source domain; characteristics of such metaphors (their quantity in language material, constituents of the conceptual metaphor, result of cross-mapping source and target domains); description of inner and outer scopes of metaphor; summary analysis of interaction of source domain and target conceptual sphere of MARKETING. Metaphorical potential of the source domain is determined according to the degree of its activity in the process of creating metaphors. The source domain MILITARY ACTIONS is taken as the example for the analysis.

Key words: terminology of marketing, conceptual metaphor, target domain, source domain, cross-mapping, scope of metaphor

Олена Сидоренко
(Київ)

УДК 811' 11'37

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Досліджено лінгвокогнітивну парадигму англійського суспільно-політичного терміна сфери ЗМІ. Проаналізовано терміноутвірну роль когнітивної метафори у процесі категоризації концептів. Простежено, що когнітивна структура терміна корелює з його терміноутвірною моделлю, прототипною конструкцією, яка пізніше наповнюється конкретним смислотвірним змістом. Аналіз каркасу терміна ЗМІ дав можливість проникнути в глибину смислів, а відтак з'ясувати роль когнітивної метафори у концептуальній функції та формуванні нових концептів. Концептуальний аналіз суспільно-політичного терміна здійснено через проєкцію елементарних смислів-сем та методу наноаналізу.

Ключові слова: суспільно-політична термінологія, лінгвокогнітивна парадигма, теорія прототипів, когнітивна метафора, смислотвірний компонент, наноаналіз.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими завданнями. Сучасний етап розвитку лінгвістики характерний зростаючим зацікавленням до функціонування суспільно-політичних термінів (далі СПТ) у сфері масової комунікації. Цей факт пояснюється тим, що засоби масової інформації (далі ЗМІ) відіграють в житті суспільства значну роль. Бурхливий розвиток і трансформація традиційних ЗМІ, динамічний ріст комп'ютерних технологій впливають на усі аспекти суспільно-політичного життя. Саме це визначає **актуальність** цієї статті. **Предметом дослідження** є смислові та лінгвокогнітивні особливості СПТ умасмедійній сфері. Вивчення різних аспектів професійної мови присвячені праці українських та зарубіжних лінгвістів. А.Т. ванДейк, Г.Я.Солганик, М.Н. Кожина, F.Bell та інші. Основи когнітивного аналізу в лексичній семантиці закладені у працях Ч. Філлмора, 1982, 1985 А. Вежбицької, 1985 Р. Лангакера, 1986, Дж. Лакофа 1986, 1988 та ін. У руслі когнітивної лінгвістики працювали та внесли значний доробок також М. Бірвіш, Ю. Караулов, А. Кибрик, І. Кобозєва. Е. Кубрякова. І. Стернин, О. Рахиліна та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. У руслі когнітивного підходу була виконана низка фундаментальних досліджень, як когнітивних основ формування і функціонування семантичної структури взагалі (Беляєвська 1992), так і семантики окремих частин мови (Панкрац 1992, Жаботинська 1992, Афанасьєва 1994). Звернення до когнітивних аспектів англійської мови характерно дослідження (Лещева 1996), а також дослідження семантики етикетних слів у парадигмі когнітивної лінгвістики (Фабіан 1998).

Виокремлення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Не дивлячись на те, що зазначеній проблемі присвячено певний обсяг досліджень, лінгвокогнітивні аспекти СПТ залишаються не достатньо вивченими, зокрема у площині термінологічного смислотворення. Звернення до лінгвокогнітивних аспектів терміотворення сфери ЗМІ пов'язуємо не тільки з можливістю поглибленого вивчення семантичної структури терміна, але й визначенням механізмів мовленнєвої діяльності, поповнення системного викладу терміотворення у функціональному аспекті з опертям на прототипну та концептуальну семантику.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає у тому, що вперше піддано дослідженню суспільно-політичну термінологію сфери ЗМІ у ракурсі виявлення когнітивних процесів та їх функціонування у терміотворенні.

Мета статті та постановка завдання. Наше дослідження має за мету простежити та описати лінгвокогнітивні особливості СПТ, зокрема з'ясувати роль когнітивної метафори як найактуальнішого виявлення механізму терміотворення, охарактеризувати можливості його подальшого розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. *Когнітивна метафора* є досі мало вивченою як ментальний процес когнітивного характеру, що викликає у дослідників серйозні труднощі. Необхідність звернення саме до когнітивної парадигми пояснюється тим, що вона знаходяться у центрі уваги лінгвістичних досліджень сьогодення. Сучасна когнітивна парадигма термінознавчих досліджень бере свій початок з глибокої давнини. Ще античні філософи розглядали мову як засіб навколишнього світу. Когнітивний підхід до вивчення лінгвістичних одиниць найяскравіше проявився у науковій спадщині О.О.Потебні. Згадаємо його відоме висловлювання про мову як засіб пізнання (Потебня 1981, 133).

У когнітивній лінгвістиці все ширше визнання набувають ідеї про виокремлення категорії що отримала назву "*теорії прототипів*". Прототип концентрує у собі максимально очевидні ознаки категорії. Звідси й відхилення у ній прототипного ядра та периферійних компонентів. Однією з аксіом когнітивізму постає вивчення не предметів, явищ і процесів які можна спостерігати, а прихованих ментальних утворень - смислів, що складають категорійну основу усього процесу людського мислення. Когнітивна лінгвістика як наука, що вивчає способи

пізнання навколишнього світу, є новим лінгвістичним та когнітивним механізмом задіяним у репрезентації (кодуванні) та передачі інформації.

Когнітивний механізм реалізується через прототипи – одиниці які найяскравіше проявляють властивості спільні з іншими одиницями цієї групи, й виникають шляхом безпосередньої взаємодії мовців з реальною дійсністю. У найкращому прототипі сходиться переважна більшість ознак властивих також і іншим окремим представникам категорії. Фактично прототипи – це інструменти за допомогою яких комунікантсприймає та трактує реальну дійсність. На наш погляд, когнітивна наука охоплює процеси засвоєння, накопичення й використання інформації. О.Г. Беляєвська визначає когнітивну модель як максимально узагальнену уяву про концептуальну основу значення термінавиокремлюючи в ній найважливіші вузлові моменти(сенси). Поділяємо думку дослідниці у тому, що когнітивна модель належить глибинним структурам мислення, усвідомлюється носіями мови і є основою мовної інтуїції [1, с.83-84].

Сучасна лінгво-когнітивна парадигма терміна охоплює проблеми співвідношення, мовних та трансцендентних смислів. Відповідно до постулату Чейфа У.Л. – мова це найкраще вікно у знання, адже ми використовуємо мову для її висловлення [9, с. 109]. Номінація об'єктів СПТ є ніщо інше як мовне закріплення понятійних інтегральних та диференційних ознак, які відображають властивості денотатів. Саме так, на думку Г.В. Колшанського здійснюється процес комунікації та інформації як матеріального втілення свідомості [6, с. 5-31].

Серед стилістичних засобів метафора одна з найфундаментальніших сфер людського мислення, яка лежить за межами мови, виступає результатом прориву смислів із таємних глибин свідомості в навколишню реальність. Сучасними дослідженнями доведено, що когнітивна метафора відіграє важливу роль у категоризації концептів, показує як нове пізнається через уже відоме, шляхом приписування йому певних прототипічних характеристик. Певну ясність у вирішенні цієї проблеми вносить теза Е.С. Кубрякової, згідно якої позначенню піддаються не лише самі речі, а й думки про ці речі [7, с. 61].

Хоча світ не може бути усвідомлений *intoto*, все ж він не належить до сфери усвідомленого через що, може бути зібраний з окремих фрагментів у цілісну концептуальну картину світу наповнену такими концептами. Поділяємо думку вчених (В.Зусмана, М. Алефіренко, С. Жаботинської, Н. Болдирєва, які вважають концепт *вербалізованим смислом*, як одиницяюетнокультурної інформації. С.А. Жаботинська справедливо вважає його мінімальним пакетом інформації, репрезентованим в одиницях мови та мовлення [5, с. 3-11].

Услід за А. Вежбицькою як однією з провідних теоретиків когнітивної семантики вважаємо, що пізнання людського мислення пролягає через пошук елементарних частин концептів (сми́слів). Адже, смисли як елементарні компоненти дають змогу описати усі семантичні нюанси терміна у відповідній сфері, оскільки будь-який концепт (*semanticprimitives*) закодований у вигляді елементарних смислів- сем [3, с. 59]. Проілюструємо висловлене наступними прикладами: *floatingvoter* – *виборець, що не голосує послідовно (хиткий виборець); rainbowcoalition* – *широка коаліція (партій, парламенту), де есплікується узагальнена інваріантна ознака “накопичення, нагромадження чогось”*[10].

Інші дослідники наголошують, що концепти утворюють певний концептуальний каркас свідомості, що уможлиблює когнітивний процес осмислення дійсності. Так, на думку Н.Н.Болдирєва концепт містить найзагальніші суттєві ознаки предмета, явища [2, с. 36-38]. Концептуальний аналіз СПТ виявляє домінування міждисциплінарної моделі експлікованої через проекцію конкретно зумовлених елементарних смислів: *couchpotato, mediajunkie, webjunkie* – *що позначають людину, котра цілими днями сидить перед телевізором* [11].

Смислово конкретизацію СПтерміна простежуємо також на прикладах метафоричної парадигми, скажімо *wing*– *крило* у наступному контексті: *The senator is on the liberal wing of the Republican Party* – *Сенатор належить до ліберального крила Республіканської Партії* або *To clip smb'swings* – *підрізати крила, обмежити комусь свободу* [10]. Лінгвокогнітивний потенціал СПТ есплікується через процеси узагальнення та абстрагування концептів- смислів. Смісл лежить в основі мовлення і значення терміна не можна описати не користуючись низкою елементарних смислів (або семантичних примітивів). Тому найскладніші семантичні структури можна інтерпретувати як вроджені людські концепти, які іманентно наявні в усіх мовах (А. Вежбицька).

Когнітивний підхід до аналізу терміна засвідчує, що смислотвірна парадигма СПТ включає спільні та розмежувальні диференційні ознаки які формують її потужний когнітивний потенціал. Смислотвірні ознаки терміна у межах кожної іншої терміносистеми СПТ закріплюються в його стабільному інваріантному значенні. Тобто терміну, що позначає один і той самий предмет або явище властива концептуальна цілісність та смисловий зв'язок компонентів.

Візьмімо для прикладу термін *split* – *розщеплювати* у таких контекстах – *The issue will split the Democratic Party* – це питання розколить демократичну партію, або – *split ticket* – *ballotcast, for candidate of more than one political party* – бюлетень відданий за кандидата, що належить до кількох політичних партій, [11] реалізує глибинний когнітивний смисл терміна.

Наведені вище приклади підтверджують, що дослідження смислотвірних зв'язків між термінами передбачають наявність стабільного семантичного інваріанта та змінних смислів. Розкриття семантичних особливостей терміна дає можливість опанувати мовою конкретного фаху, у нашому випадку СПТ у ЗМІ, розкрити їх новий смисл, а це у свою чергу підвищує ефективність вивчення спеціальної лексики [4, с. 26].

За своєю природою терміни динамічні, оскільки динамічні усі сфери життєдіяльності людини та суспільства, для прикладу: *bridge* – *будівельник* – *миротворець* – *прихильник наведення мостів*. Наведімо ще приклад із терміном *bridge* – *міст* у такому контексті *bridge the gap in understanding between different cultures* – у яких спільним компонентом є – *anything resembling the bridge in shape and function* – *все, що за формою нагадує міст*, тобто *заповнити прогалину у розумінні між різними культурами* [11]. Отже, смислотвірна парадигма – це комплексна системотвірна одиниця яка формує сукупність дериватів мотивованих тим самим терміном *bridge* – у різних терміносполученнях.

Когнітивний підхід до вивчення значення СПТ зосереджено на внутрішній його формі випрацьованій свого часу О. Потебнею, цитуємо: “слово у мовленні кожного разу відповідає одному актові думки, а не кільком” [8, с. 15-16]. Аналогічну думку висловлювали свого часу інші дослідники які вважали, що слово функціонує у нашій свідомості зі всіма його прихованими та можливими смислами (Л. Щерба). Скажімо: *flash* – *спалах*, *мить*, у *flash bulletin* – *повідомлення в останню хвилину*, *зведення про хід виборів* [11].

За нашими спостереженнями, у когнітивному підході дослідження СПТ чільне місце посідає антропоцентричний чинник як концептуалізатор й категоризатор, носій концепцій, де носій мови формує значення, а не одержує їх готовими. Тут дотримуємося засад менталістської лінгвістики Г. Ляйбніца, згідно якого шлях до пізнання людського мислення пролягає через пошук атомів значення... елементарних частинок, які є найкращим відображенням мислення, як от: – *a cradle of liberty* – *колыска свободи*; *a cradle of civilization* – *колыска цивілізації* [10].

Термінологія СПТ сфери ЗМІ як лінгвокогнітивний інструмент наукового пізнання тісно пов'язана з мисленнєвим інтелектуальним процесами. Відповідно до головного постулату когнітивної лінгвістики W. Чафемова це найкраще вікно у знання, адже ми використовуємо мову для її висловлення [9, с. 109]. Найціннішим досягненням сучасних філософських та лінгвістичних досліджень терміна є його когнітивна дія, що й зумовило появу теорії когнітивної метафори.

Отже, значення суспільно-політичного терміна як квант спеціальної інформації есплікується низкою диференційних ознак, тобто воно як сконденсоване явище зберігає спільний компонент у різних контекстах і мовленнєвих ситуаціях: *parachute candidate* – *політичний кандидат який планує брати участь у виборчих округах, де він (вона) не проживає*; *carousal* – *карусель, незаконне кількаразове використання виборчого права (голосування по колу)* [11].

Аналізуючи когнітивні процеси СПТ термінотворення важливо також акцентувати увагу на запозиченому лінгвістикою із природничих наук терміні наносмисли. Останнє десятиріччя є революційним у нанотехнологіях (*від грець. Nanos – карлик*), які оперують найдрібнішими наночастинками. На наш погляд аналіз терміна на рівні наноаналізу дає можливість доповнити існуючу методику компонентного аналізу шляхом подальшого розщеплення семи на наносмисли як відображення найдрібніших елементів людської думки. Наносмисли належить розуміти як найдрібніший пласт структури терміна, які володіють потужною енергетикою здатною провокувати додаткове смислове навантаження, оточене особливим конотативним ореолом: *colour-blind* – *той, що не має расових упереджень*.

Розвиток науки і образність мислення є потужним імпульсом для проведення в рух наносмислів, що робить можливим їх несподіване сплетіння, яке тягне за собою своєрідний вибух у значенні СП терміна. Зазначимо, що наносмисли особливо активні у стилістичних тропях та фігурах, які пояснюють як співвідносяться елементи смислів непов'язані між собою. Адже у мові *apriori* всі смисли вже потенційно є, за допомогою яких носій мови деміургічно створює різні варіанти смислів.

Висновки дослідження та перспективи подальших розвідок. Отже, спроба когнітивного аналізу терміна ЗМІ переконливо свідчить про те, що він здатний дати інформацію не тільки про мовну, але й позамовну дійсність. Сміслові нюанси між СП термінами складають основи ключових смислів системи концептів. Когнітивний підхід дав можливість висвітлити проблеми семантики та функціонування терміна не тільки як сукупності лінгвістичних ознак, але й усього комплексу позамовних знань. Що враховує глибинний аналіз усіх його аспектів. Беручи до уваги усе сказане вище, вважаємо, що окреслені проблеми пов'язані із вивченням когнітивної парадигми СПТ і надалі будуть актуальними та вимагатимуть у перспективі подальших наукових розвідок з метою проникнення у концептуальний потенціал терміна.

ЛІТЕРАТУРА

1. Беляевкая Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (Когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова): автореф. дис. на соискание учен. степени д-ра филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / Е.Г. Беляевкая. – М.: 1991. – 37 с.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по англ. Филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов, 2000. – С. 36-38
3. Вежбицкая А. Семантика: примитивы и универсалии. Семантические универсалии и описание языка / А. Вежбицкая. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 776 с.
4. Дудок Р.І. Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках: монографія / Р.І. Дудок. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 358 с.
5. Жаботинская С. А. Когнитивная семантика: принципы концептуального моделирования / С.А. Жаботинская // Лингвистические студии. -1997. - Вып. 2. - С. 3-11.
6. Колшанский Г.В. Некоторые вопросы семантики в гносеологическом аспекте / Г.В. Колшанский // Принципы и методы семантических исследований / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1976. – С. 5-31.
7. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения / Е.С. Кубрякова. – М.: Наука, 1997. – 330 с.
8. Потебня А.А. Слово и миф / А.А. Потебня. М.: – Правда, 1989. – 624 с.
9. Chafe W.L. Meaning and structure of language / Wallace L. Chafe. - Chicago; London, 1971. – 360 p.
10. NTC's MASS MEDIA Dictionary by R. Terry Ellmore. National Textbook Company. N.Y. 1992 -500p.
11. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English /
12. Albert Sidney Hornby. – Oxford : Oxford Press, 2001. – 792 p.

Сидоренко Е. А. Лингвокогнитивные аспекты общественной терминологии массмедийной сферы.

Статья посвящена исследованию лингвокогнитивной парадигмы английского общественно-политического термина сферы СМИ. Проанализирована терминообразовательная роль когнитивной метафоры в процессе категоризации концептов. Прослежен тот факт, что когнитивная структура термина коррелирует с его терминообразовательной моделью, прототипной конструкцией, которая позже пополняется конкретным смыслообразовательным оттенком. Анализ каркаса термина СМИ дал возможность проникнуть в глубину смыслов, и таким образом выявить роль когнитивной метафоры в концептуальной функции формировании новых концептов. Концептуальный анализ общественно-политического термина осуществлен через проекцию элементарных смыслов-сем и метода наноанализа.

Ключевые слова: общественно-политическая терминология, лингвокогнитивная парадигма, теория прототипов, когнитивная метафора, смыслообразовательный компонент, наноанализ.

Sidorenko E. Lingu-cognitive Aspects of English Social and Political Terminology in Mass Media.

The article is devoted to the research of linguistic-cognitive paradigm of English social and political terminology in mass media. The term forming function of cognitive metaphor in the process of classified concepts has been analyzed. It has been traced out that the cognitive construction correlates with the term forming model, prototype construction which later is filled with certain sense forming content. The analysis of sense frame of the mass media term enabled to penetrate into senses and to reveal the role of cognitive metaphor in conceptual function and forming new concepts. The conceptual analysis of social and political terminology has been carried out both by means of elementary senses – semes and nannoanalysis method.

Key words: social and political terminology, linguistic cognitive paradigm, theory of prototypes, cognitive metaphor, sense forming component, nannoanalysis.

УДК 81'1:81'373.2

**МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ
ЯК ФРАГМЕНТА КОНЦЕПТУ АМЕРИКА**

Оглянуто здобуткі когнітивної лінгвістики, яка розвивається в руслі когнітивної науки. Передумовою виникнення останньої стали думки психологів про те, що у несвідоме можна заглянути через мовлення й почуття. Сучасна когнітивна лінгвістика завдяки мові намагається проникнути у свідомість людини та дослідити процеси когніції. Одним із центральних термінів цієї науки є концепт, складність і багатовимірність якого зумовила появу різноманітних підходів до його вивчення. У статті також наводяться думки авторитетних учених про фрейм, який є ключовим поняттям фреймового аналізу, його будову та наповнення. Робиться спроба зібраний фактичний матеріал подати у вигляді чіткої структури – фрейму. У науковій розвідці досліджується такий фрагмент концепту АМЕРИКА, як соціальна сфера, та його репрезентація в газеті «Дзеркало тижня». Цей субфрейм представлений назвами закладів соціальної інфраструктури, які мають різний ступінь уживання. Також окреслюється перспектива подальших наукових пошуків.

Ключові слова: когнітивна лінгвістика, концепт, фреймовий аналіз, фрейм, субфрейм.

Постановка наукової проблеми. Нині активно розвивається когнітивна лінгвістика, яка вивчає мову у взаємозв'язку з мисленням. Мова розглядається як інструмент, із допомогою якого вчені намагаються проникнути у свідомість людини та дослідити процеси когніції.

Психологи З. Фрейд та Г. Фехнер представили несвідоме як «схованку», заглянути в яку можна тільки через «вікна» душі, якими є мовлення і почуття. На думку С. Панкратової, це стало передумовою виникнення когнітивної науки, в рамках якої зараз потужно розвивається когнітивна лінгвістика. Об'єкт її дослідження – це не самі нематеріальні структури свідомості, а елементи мови, які виражають ці структури, – концепти, опредметнені в мовній формі слова багатовимірні психічні утворення свідомості [8, с. 91–92]. Концепт вважається одним із центральних термінів когнітивної лінгвістики. Через складність і багатовимірність цього поняття досі нема однозначного його тлумачення. Цим зумовлена й різноманітність підходів до вивчення концепту. Основними серед них є лінгвокогнітивний (О. Кубрякова, В. Красних, З. Попова, Й. Стернін) та лінгвокультурологічний (Ю. Степанов, В. Карасик, Г. Слишкін). Однак ці підходи до інтерпретації концепту не є взаємовиключними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про «концептуальний бум» в українському мовознавстві свідчать численні наукові розвідки, присвячені як теоретичним питанням (О. Воробйова, В. Кононенко, М. Полюжин, А. Приходько, О. Селіванова та багато інших), так і аналізу окремих концептів у різних дискурсах та на матеріалі однієї чи кількох мов (О. Близнюк, І. Казимир, О. Пальчевська, Г. Поліна, А. Семенчук та ін.). Серед інших варто виокремити дослідження концептів країн, які, на думку М. Піменової, є базовими, оскільки становлять фундамент мови та всієї картини світу [9, с. 96]. Дослідженню концептів УКРАЇНА та ЄВРОПА присвячені дисертації В. Кравченко [3], Т. Мудраченко [7], Я. Приходи [11], О. Чабан [12] та ін. Як зазначає Т. Мудраченко, специфіка таких концептів полягає в тому, що вони об'єктивовані власними іменами, тому їхній зміст не може бути встановлений на основі дефініцій та даних тлумачних словників, що зазвичай застосовується до тих концептів, які вербалізовані загальними назвами [6].

Об'єктом нашого дослідження є концепт АМЕРИКА, представлений в українському газетному дискурсі. **Мета** статті – вивчення на матеріалі газети «Дзеркало тижня» такого фрагмента зазначеного концепту, як соціальна сфера. Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**: 1) з'ясувати поняття *фрейм*; 2) застосувавши фреймовий аналіз, дослідити на фактичному матеріалі мовну репрезентацію соціальної сфери США.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Концепт АМЕРИКА – багатоаспектне й об'ємне утворення, широко представлене українському газетному дискурсі. Америка досі залишається досить сильною для того, щоб підтверджувати

свої позиції лідера. Безперечно, США досі тримає пальму першості за багатьма показниками. Тому дуже часто у ЗМІ висвітлюються найрізноманітніші сфери заокеанського життя, а українські реалії порівнюються з американськими. Свідченням цього є зібраний нами фактичний матеріал, який ми представили у вигляді фрейма.

У науковий обіг термін «фрейм» увів М. Мінський. На думку вченого, фрейм – це певна структура даних для представлення стереотипної ситуації. Схематично фрейм зображують у вигляді сітки, яка складається із вузлів та зв'язків між ними. Він складається із кількох рівнів знань, ієрархічно між собою пов'язаних. Верхні вузли заповнені загальними, конвенціональними ознаками, а нижні рівні – термінали – заповнюються даними вже у момент пристосування концепту до конкретної ситуації [5, с. 7].

У лінгвістиці теорію фреймів розробив Ч. Філмор, розглядаючи їх як поняттєві основи, структури, як засоби організації досвіду й інструменти пізнання, які мотивуються, визначаються і взаємно структуруються особливими уніфікованими конструкціями знання чи пов'язаними схематизаціями досвіду [4, с. 268]. Учений визначав фрейм як систему концептів, які співвідносяться так, що для розуміння будь-якого з них треба осягнути всю структуру, до якої входить цей концепт: якщо один концепт цієї структури вводиться в текст або дискурс, то решта концептів автоматично стають доступними [10, с. 162]. У когнітивній інтерпретації поняття фрейму розглядається не як тип концепту, а як форма його ментального подання, тобто концептуальна структура, одиниця ментального простору [4, с. 269]. Фрейм містить основну, типову й потенційно можливу інформацію, яка асоціюється із тим чи іншим концептом.

Ми ж у своєму дослідженні дотримуємося визначення, запропонованого О. Гусельниковою, яке ґрунтується на найчастіше згадуваних дослідниками властивостях фрейма і виглядає так: це когнітивна структура знання або структура представлення знання про типову, тематично єдину ситуацію, організовану як сукупність ієрархічно поставлених, взаємодіючих один із одним субфреймів і слотів, які їх складають, що характеризуються наявністю конвенціонального початку і категоріальним принципом організації знання [1, с. 29].

Фрейм є ключовим поняттям фреймового аналізу, застосувавши який, ми виділили в концепті АМЕРИКА фрейми, субфрейми та слоти. Це дозволило нам представити досліджуваний матеріал у вигляді чіткої, наочної структури, в якій всі елементи займають певне місце (див. рис. 1).

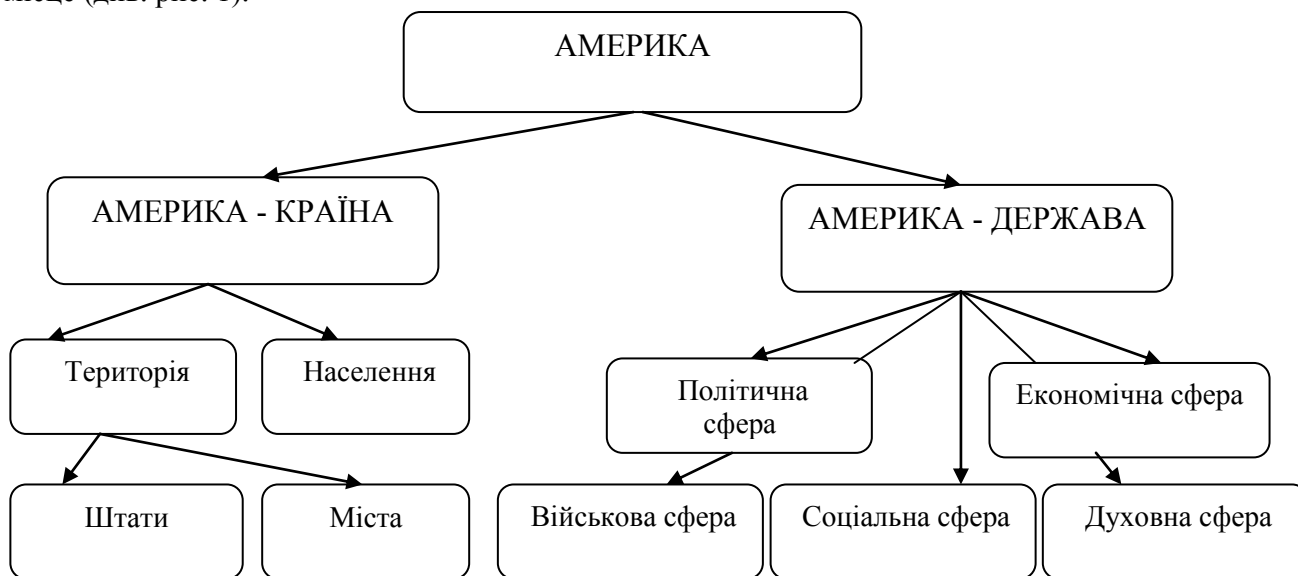


Рис. 1. Фреймова репрезентація концепту АМЕРИКА

Розглянемо субфрейм «Соціальна сфера», який ми виділили у фреймі АМЕРИКА–ДЕРЖАВА. Функціонування цієї сфери здійснюється через діяльність конкретних установ соціальної інфраструктури, які безпосередньо пов'язані й визначають спосіб і рівень життя

громадян, їх добробут. Ці інституції створюють умови для задоволення потреб кожної людини та забезпечують соціальний захист її інтересів.

Методом суцільної вибірки ми зібрали 380 прикладів, які об'єктивують субфрейм «Соціальна сфера». Тут представлені:

I. Заклади освіти й науки: 1) дитячий садок, напр.: *«Написав десятки статей про народну освіту, про дитячі садки Америки»* [2, №46 (471), с. 21]; 2) школа (у т.ч. музична, медична, льотна, економіки, бізнесу), напр.: *«Тож у багатьох американських школах уже ввели щось на кшталт уроків виживання, як рятують батьків від необхідності давати відповіді, яких вони ще й самі не знають»* [2, №10 (435), с. 23]; 3) коледж, напр.: *«Списку публікацій і отриманих грантів Наліні Надкарні, провідного співробітника кафедри екології Вашингтонського державного коледжу, може позаздрити багато хто»* [2, №39 (464), с. 21]; 4) університет, напр.: *«Нелегкої, до речі, у плані здійснення: адже на заснування тільки однієї кафедри в найавторитетнішому американському вузі – Гарвардському університеті – потрібно було 600 тис. доларів»* [2, №3 (783), с. 14]; 5) інститут, напр.: *«За допомогою лікаря Юрія Верлінського, з Інституту репродуктивної генетики в Чикаго, Неші створили кілька десятків ембріонів за допомогою запліднення in vitro і вибрали один, із найпридатнішими генетичними характеристиками»* [2, №16 (441), с. 22]; 6) консерваторія, напр.: *«Уже понад 20 років джаз вивчають на відповідних факультетах більшості американських, європейських і частини російських консерваторій»* [2, №24 (499), с. 18]; 7) обсерваторія, напр.: *«Проте найбільшу американську обсерваторію побудовано на Гаваях на висоті понад 4 км»* [2, №31 (456), с. 14]; 8) науковий (науково-дослідний) центр, станція, напр.: *«У Массачусетському науковому центрі протягом останніх років вимірювали вагу тіла людини до смерті і після. Після – тіло, виявляється, легшає на 2 грами»* [2, №4 (429), с. 16]; 9) академія (у т.ч. військова), напр.: *«Американська академія наук, навпаки, дійшла висновку, що це дуже ненадійний спосіб виявлення брехунів»* [2, №2 (530), с. 14].

II. Медичні заклади: 1) клініка, напр.: *«При раку підшлункової залози операції робили лише в клініці братів Мейо (США) і в клініці Сміта (Англія)»* [2, №20 (395), с. 14]; 2) лікарня, напр.: *«Б. Фантуш, охоплений ідеєю «запасів крові» ... створив перший банк крові в лікарні графства Кук у Чикаго»* [2, №40 (465), с. 16]; 3) медико-генетична лабораторія, напр.: *«Українські лікарі пройшли стажування у кращих медико-генетичних лабораторіях США»* [2, №9 (434), с. 13]; 4) госпіталь (шпиталь), напр.: *«О. Сахну пощастило більше – він із пораненнями внутрішніх органів проходить лікування в американському шпиталі в Німеччині після випадкового пострілу»* [2, №38 (463), с. 6]; 5) аптека, напр.: *«Як і в будь-якій звичайній американській аптеці, тут можна придбати лосьйони для рук, крем для гоління, дезодорант...»* [2, №29 (454), с. 11]; 6) будинок сестринського догляду, напр.: *«Сьогодні такі адвокати діють у більш як половині американських клінік, будинках сестринського догляду, госпітальх...»* [2, №23 (448), с. 16]; 7) медичний центр, напр.: *«На думку членів спеціального комітету, котрий очолила Бетті Сью Мастерс, біохімік Техаського медичного центру, ГМО не потребують ні спеціального маркування, ні особливих регулятивних суворостей»* [2, №32 (507), с. 14]; 8) хоспіс, напр.: *«Перший Київський хоспіс унікальний за своєю структурою. Він створювався на основі досвіду американських, європейських і російських хоспісів»* [2, №28 (453), с. 16].

III. Інші заклади соціальної інфраструктури: 1) готель, напр.: *«Не дивно, що в лютому 1941 р. його знайшли убитим у готелі «Бельв'ю» у Вашингтоні»* [2, №10 (790), с. 11]; 2) магазин (у т.ч. книгарня), напр.: *«В американських книгарнях я на власні очі бачив книги під назвами на кшталт «Напиши детектив»* [2, №25 (500), с. 19]; 3) аеропорт, напр.: *«На даний момент рекордсменом продажів є Пітсбургський аеропорт, де в середньому на кожного пасажиря припадає покупок на суму в 8,63 дол.»* [2, №29 (454), с. 11]; 4) порт, напр.: *«Не треба забувати й того, що порт Нью-Йорк звільнений від податків, оскільки вважається неприбутковою організацією (весь одержаний прибуток скеровується на його власні потреби)»* [2, №4 (429), с. 10]; 5) в'язниця, напр.: *«Восени 2008 року він добровільно повернувся в американську в'язницю, побоюючись за своє життя»* [2, №45 (773), с. 6]; 6) пожежне управління, напр.: *«Жалобний мітинг, хвилина мовчання, удари в дзвін нью-йоркського пожежного управління, яке втратило при гасінні ВТЦ понад триста своїх пожежників»* [2, №10 (385), с. 6];

7) детективне агентство, напр.: «Проте ні висновки **американського детективного агентства «Кролл»**, ні результати Міжнародного інституту преси у Відні так і не закарбувалися в пам'яті спостерігачів розвитку подій скількись однозначними та явними доказами автентичності (не автентичності) записів майора» [2, №5 (380), с. 2]; 8) адвокатська контора, напр.: «У 2003 році за справу взялася **адвокатська контора Rozenthal and Gibbons**» [2, №47 (472), с. 5]; 9) метрополітен, напр.: «Я вбачаю у цьому ставленні майже расистську погорду багатшої «білої» Європи до біднішої «чорної» і на якусь мить історичного часу навіть розумію лють чорношкірого підлітка, що, заходячи до **ню-йоркської підземки**, кричав в обличчя зустрічним пасажиром, зокрема й мені: «I hate whites!» («Ненавиджу білих!»)» [2, №46 (471), с. 17].

Кожна з трьох виділених нами груп має різний ступінь репрезентації. Найбільш частотними є назви закладів освіти й науки, які складають 87 % від загальної кількості прикладів. Ці установи відіграють важливу роль у житті суспільства, адже їхня головна функція – це соціалізація людини та її підготовка до функціонування в соціумі.

Медичні заклади покликані забезпечити повноцінне та тривале людське життя. Якість медичних послуг загалом залежить від соціального, економічного та наукового розвитку суспільства. Приклади, в яких вжито назви медичних установ, складають усього 4 % від загальної кількості. Третя група – це заклади, які забезпечують нормальний рівень життя та комфортне існування людини. Їх назви представлені в 16 % зібраних фрагментів.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Підсумовуючи, зазначимо, що концепт **АМЕРИКА** широко представлений у газетному дискурсі. Фреймовий аналіз дає можливість впорядкувати зібраний матеріал і описати у вигляді чіткої структурованої форми. Наші наукові пошуки й надалі будуть спрямовані на глибше дослідження концепту **АМЕРИКА**, представленого в українській публіцистиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гусельникова О.В. Возможности фреймового аналізу / О.В. Гусельникова // Мир науки, культуры, образования. – 2009. – № 5. – С. 29–32.
2. Дзеркало тижня. – 2002, 2003, 2004, 2005, 2009. – №№5 (380), 10 (385), 20 (395), 4 (429), 9 (434), 10 (435), 16 (441), 23 (448), 28 (453), 29 (454), 31 (456), 38 (463), 39 (464), 40 (465), 46 (471), 47 (472), 24 (499), 25 (500), 32 (507), 2 (530), 45 (773), 3 (783), 10 (790).
3. Кравченко В.Л. Семантичні та лінгвопрагматичні характеристики концепту СВРОПА в сучасному англомовному політичному дискурсі: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Вікторія Леонідівна Кравченко; Київський національний лінгвістичний ун-т. – К., 2007. – 20 с.
4. Мацьків П. Дослідні парадигми концептуального аналізу / П. Мацьків // Мовознавчі студії. Випуск 2 : Фразеологізм і слово у тексті і словнику (За матеріалами Всеукраїнської наукової конференції на пошану 75-річчя від дня народження професора Мар'яна Демського) / Упорядники : К. Іваночко, О. Кушлик, П. Мацьків, М. Стецик, М. Яким, Я. Яремко, Л. Баранська. – Дрогобич : Просвіт, 2010. – С. 265–275.
5. Минский М. Фреймы для преставления знаний / М. Минский. – М : Энергия, 1979. – 152 с.
6. Мудраченко Т. Метафорическая интерпретация референтного отношения УКРАИНА и ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ (на материале современного англоязычного газетного дискурса) [Електронний режим] / Т. Мудраченко // Режим доступа : <http://vestnik.kuzspa.ru/articles/107/>
7. Мудраченко Т.Б. Актуалізація концепту УКРАЇНА в сучасному англомовному газетному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Мудраченко Тетяна Борисівна; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2013. – 20 с.
8. Панкратова С.А. Когнитивно-семантические аспекты метафорического моделирования [Електронний режим] / С.А. Панкратова // Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/kognitivno-semanticheskie-aspekty-metaforicheskogo-modelirovaniya>
9. Пименова М.В. Концептуальные исследования. Введение : учеб. пособие / М.В. Пименова, О.Н. Кондратьева. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 176 с.
10. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення : Монографія / М.М. Полюжин. – Ужгород : Закарпаття, 1999. – 240 с.
11. Прихода Я.В. Концепт Європа в українській публіцистиці : когнітивно-лінгвістичні аспекти: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Я.В. Прихода; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Л., 2005. – 16 с.
12. Чабан Н.А. Образ СУВЕРЕННОЇ УКРАЇНИ у вербальному втіленні (на матеріалі публікацій газети «The New York Times») : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Черкаський державний ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 1997. – 20 с.

Химинец М. Языковая репрезентация социальной сферы как фрагмент концепта АМЕРИКА.

В статье представлен обзор достижений когнитивной лингвистики, которая развивается в русле когнитивной науки. Предпосылкой возникновения последней стали мнения психологов о том, что в бессознательное можно заглянуть через речь и чувства. Современная когнитивная лингвистика посредством языка пытается проникнуть в сознание человека и исследовать процессы когниции. Одним из центральных терминов этой науки является концепт, сложность и многомерность которого обусловила появление различных подходов к его изучению. В статье также приводятся мнения авторитетных ученых о фрейме, который является ключевым понятием фреймового анализа, его строения и наполнении. Делается попытка собранный фактический материал представить в виде четкой структуры – фрейма. В научной разработке исследуется такой фрагмент концепта АМЕРИКА, как социальная сфера, и его репрезентация в газете «Дзеркало тижня». Данный субфрейм представлен названиями учреждений социальной инфраструктуры, имеющих разную степень употребления. Также определяется перспектива дальнейших научных поисков.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, концепт, фреймовый анализ, фрейм, субфрейм.

Khymynets M. Language Representation of the Social Sphere as a Fragment of the Concept AMERICA.

The article reviews the results of cognitive linguistic researches that are conducted in the framework of cognitive science. The prerequisites for the emergence of the latter were the views of psychologists who claimed that we can look inside the unconscious via speech and feelings. Modern cognitive linguistics tries to penetrate into the person's conscience via language and investigate the cognition processes. One of the central terms of this science is the concept whose complexity and versatility gave rise to numerous approaches to its study. The article also contains considerations of renowned scientists on the frame which is one of the key notions of frame analysis, its structure and content. The author attempts to present the collected material in the form of a clear structure – a frame. This research studies the social sphere fragment of the concept AMERICA and its representation in the newspaper “Mirror of the week”. This subframe is represented by the names of social infrastructure institutions with different frequency of usage. The author also outlines the prospects of further scientific investigations.

Key words: cognitive linguistics, concept, frame analysis, frame, subframe.

V. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ. СТИЛІСТИЧНІ ТА КОНТЕКСТУАЛЬНІ ВИЯВИ ЛЕКСИЧНИХ І ГРАМАТИЧНИХ ОДИНИЦЬ

Ольга Білик
(Івано-Франківськ)

УДК 811.111: 81'42

ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Дослідженню політичний дискурс як вид інституційного спілкування. Розглянуто конститутивні ознаки і функції політичного дискурсу. Проаналізовано основні підходи до визначення і вивчення політичної комунікації, а саме: дискурсивний підхід, тобто вивчення кожного конкретного тексту в контексті політичної ситуації, через його співвідношення з іншими текстами, з урахуванням цільових установок, політичних поглядів і особистих якостей автора, а також ролі, яку відіграє цей текст у системі політичних текстів чи у політичному житті країни; когнітивний підхід, який характеризується моделюванням когнітивної бази дискурсу, і за якого політична комунікація аналізується як ментальний феномен; когнітивно-дискурсивний підхід, який спрямований на вивчення мовних явищ з позиції виконання мовою двох її головних функцій – когнітивної і комунікативної, тобто досліджуються ментальні і комунікативні процеси політичного дискурсу, аналізуються лінгвістичні й екстралінгвістичні особливості його утворення і функціонування.

Ключові слова: інституційний дискурс, політичний дискурс, когнітивний підхід, дискурсивний підхід, когнітивно-дискурсивна парадигма.

Постановка наукової проблеми. Політична лінгвістика стала однією з найбільш досліджуваних галузей сучасної лінгвістики, що зумовлено великим впливом політики на життя суспільства. Виступи, дебати, інтерв'ю, коментарі, поведінка політичних діячів активно досліджуються як політологами, так і лінгвістами. Будучи наукою, що виникла на перетині інших дисциплін (лінгвістики, політології, соціології, психології, етнографії, культурології та ін.), політична лінгвістика характеризується такими ознаками сучасного мовознавства, як антропоцентризм, експансіонізм, функціоналізм, експланаторність [13, с. 7].

Метою даної розвідки є аналіз підходів до вивчення політичного дискурсу, опис його системотвірних ознак та основних функцій, визначення парадигми дослідження політичної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Політичний дискурс як різновид дискурсу не має уніфікованого визначення у лінгвістиці, проте дослідники політичної лінгвістики розглядають його як вид інституційного спілкування (В.З. Дем'янков, В.І. Карасик, К.С. Серажим, А.П. Чудінов, О.Й. Шейгал, О.А. Філінський, О.Л. Михальова, Т. Ван Дайк, Р. Водак, П. Чілтон) і вживають як синонім політичної комунікації.

Інституційний дискурс – це спілкування, обмежене рамками статусно-рольових відносин. Системотвірними ознаками інституційного дискурсу є мета й учасники комунікації. Специфіка інституційного дискурсу розкривається в типі інституту, який відображається в основному концепті цього інституту (для політичного дискурсу – влада), пов'язаний з певними функціями людей, суспільними ритуалами і стереотипами поведінки, а також текстами, які утворюються в межах цього інституту [5].

Існують вузький і широкий підходи до розуміння політичного дискурсу, чи політичної комунікації. За вузького розуміння політичний дискурс обмежується інституційними формами спілкування і розуміється як клас жанрів, визначений соціальною сферою, а саме – політикою. Так, на думку Т. ван Дайка [18], політичною вважається тільки та комунікація, яка відбувається між політиками у політичному інституті (уряді, парламенті, політичній партії тощо), а неофіційна розмова політика з друзями не є політичним дискурсом. Отже, висловлювання належить до політичного дискурсу, якщо воно утворене мовцем-політиком і супроводжує політичний акт у політичному інституті.

За такого пiдходу враховується тiльки один учасник iнституцiйного спiлкування – агент, а основними учасниками iнституцiйного дискурсу є як представники соцiального iнституту (агенти), так i люди, якi до них звертаються (клiєнти) [5]. Тому логiчним видається опиратися на широке розумiння полiтичного дискурсу, яке зустрiчаємо в дослiдженнях О.Й. Шейгал. Послугуючись визначенням полiтики як структури, що складається з двох рiвнiв – iнституцiйного й особистого [4], дослiдниця вважає, що розмова про полiтику за межами iнституту теж вiдiграє важливу роль у формуванні полiтичної свiдомостi, в утвореннi полiтичної думки i може вплинути на розвиток полiтичного процесу [14]. Тому полiтична комунiкацiя включає будь-якi мовленнєвi утворення, суб'єкт, адресат чи змiст яких належать до сфери полiтики, а саме: 1) усi форми комунiкацiї мiж полiтиками чи полiтичними особами задля досягнення певної мети; 2) комунiкацiю, адресовану полiтичним дячам людьми, якi не є полiтиками, наприклад, виборцями чи журналістами; 3) комунiкацiю про цих полiтичних осiб i їхню дiяльнiсть у новинах, газетних чи журнальних статтях та iнших видах медiйного обговорення полiтики [20, с. 4]. Крім того, деякi дослiдники полiтичного дискурсу пiд полiтичною комунiкацiєю розумiють не тiльки усний чи письмовий дискурс, але й паралiнгвiстичнi складовi (наприклад, мова тiла, одяг, зачiска), тобто тi елементи комунiкацiї, якi можуть бути складовими полiтичного iмiджу [19; 20].

Основними критерiями квалiфiкацiї дискурсу як полiтичного є його мета i змiст [17, с. 11]. Метою полiтичного дискурсу є боротьба за владу [5;13;14], а змiст вiдображається в обговореннi трьох основних питань: 1) розподiл суспiльних ресурсiв (доходiв); 2) розподiл офiцiйної влади (хто буде приймати законодавчi, виконавчi i судовi рiшення); 3) прийняття офiцiйних санкцiй (за що держава винагороджує i за що карає) [17, с. 14].

Виклад основного матерiалу й обгрунтування отриманих результатiв дослiдження.

Дослiдження полiтичної комунiкацiї неможливе без врахування її ознак. Характерними ознаками полiтичного дискурсу є iнституцiйнiсть (набiр типових для даної сфери ситуацiй спiлкування, моделей поведiнки, iнтенцiй, мовних стратегiй i обмежена тематика спiлкування), iнформативнiсть, змiстова невизначенiсть, фантомнiсть (багато знакiв полiтичної мови не мають реального денотата), фiдеiстичнiсть (iррацiональнiсть, опора на пiдсвiдоме), езотеричнiсть (справжнiй змiст багатьох полiтичних висловлювань зрозумiлий тiльки вибраним), фактор мас-медiа, дистанцiйнiсть, театральнiсть, оцiннiсть, агресивнiсть, ефективнiсть, тобто здатнiсть переконувати i спонукати до дiй, вiдстоювання точки зору [14; 2].

Серед iнституцiйних характеристик полiтичного дискурсу є його функцiї. Виходячи з класифiкацiї функцiй мови, запропонованої Р. Якобсоном [15], основною мовною функцiєю полiтичного дискурсу вважається регулятивна (конативна, апелятивна) [8, 10, 12, 13, 14,]. Регулятивна функцiя є функцiєю впливу на адресата, у випадку з полiтичним дискурсом – це емоцiйний вплив на громадян, формування у їхнiй свiдомостi вiдповiдної полiтичної картини свiту з метою отримання влади.

У порiвняннi з iншими видами дискурсу функцiональна специфiка полiтичного дискурсу проявляється в його основнiй функцiї – боротьбi за владу – для здiйснення якої використовуються всi основнi функцiї мови (комунiкативна, регулятивна, емотивна, фатична, метамовна, естетична) [13]. З огляду на мету полiтичної комунiкацiї основною її функцiєю є використання мови як iнструменту у боротьбi за владу, її отримання й управлiння суспiльством. У зв'язку з цим О.Й. Шейгал видiляє iнструментальну функцiю, в межах якої називає iншi функцiї, якi конкретнiше i детальнiше вiдображають мету полiтичної комунiкацiї: функцiї соцiального контролю (манiпулятивна), легiтимiзацiї влади, вiдтворення влади, орієнтацiї, соцiальної солiдарностi i диференцiацiї, агональну i акцiональну функцiї [14]. Актуальними також є функцiї розповсюдження iнформацiї (information dissemination), встановлення повiстки дня (agenda setting), проєкцiя в майбутнє i минуле (projection to future and past) [19], магiчна i креативна функцiї [10].

Важливим є питання парадигми, у якiй проводиться дослiдження полiтичної комунiкацiї. Серед основних пiдходiв до дослiдження полiтичного дискурсу О.Й. Шейгал видiляє: 1) системний пiдхiд – комунiкацiя розглядається з позицiй взаємодiї елементiв системи i пов'язана з поняттям соцiального контролю; 2) лiнгвiстичний пiдхiд – мова розглядається як

засiб соцiального контролю i обмеження доступу до полiтичних iнститутiв i процесiв; 3) символiчний пiдхiд – аналіз процесiв утворення i розповсюдження символiв; 4) функцiональний пiдхiд – дослідження ролі комунікації у політичній системі; 5) організаційний пiдхiд – аналіз полiтичної комунікації концентрується на iнформацiйних потоках i факторах, якi обмежують цi потоки i диференцiюють доступи до iнформацiї; 6) екологiчний пiдхiд – дослідження полiтичної комунікації з позицій впливу на неї полiтичної системи [14, с. 15-17].

У межах лiнгвiстичного напрямку дослідження полiтичної комунікації видiляють дескриптивний i критичний пiдходи. Критичний пiдхiд спрямований на критичне вивчення мовних засобiв представлення соцiальної нерiвностi, використання мови як засобу влади й соцiального контролю, як знаряддя боротьби iдеологiй. Увагу авторiв особливо цiкавлять факти зловживання владою в рiзних сферах суспiльного життя. У фокусi критичного дискурсу-аналiзу (CDA – Critical Discourse Analysis) дискурс постає як форма соцiальної практики з орієнтацією на соцiальнi проблеми [6;16]. Вивчається не мова чи використання мови як такої, а лiнгвiстичний характер соцiальних i культурних процесiв i структур.

На вiдмiну від критичного дискурсу-аналiзу, в рамках дескриптивного пiдходу переважає прагнення описати й пояснити феномени, уникаючи при цьому власної iдеологiчної оцiнки, що пов'язане не з вiдсутнiстю полiтичних поглядiв чи переконань, а з уявленням про критерiї наукової об'єктивностi дослідження [1;13]. Одним з аспектiв дескриптивного дослідження є вивчення мовної поведiнки полiтикiв (мовних засобiв, риторичних прийомiв, манiпулятивних стратегiй). Другий напрям дескриптивного аналізу пов'язаний не тiльки з лiнгвiстикою, але й з полiтологiєю, i вивчає змiстову сторону полiтичних текстiв.

На думку В.З. Дем'янкова, полiтичний дискурс не можна розглядати, обмежуючись тiльки мовними моментами. Розумiння полiтичного дискурсу вимагає знання фону, очiкувань автора й аудиторiї, прихованих мотивiв, сюжетних схем, улюблених логiчних переходiв, характерних для конкретної епохи. Дослiдник вважає, що полiтичний дискурс можна розглядати з трьох позицiй: 1) фiлологiчної – як будь-який текст, але з урахуванням його полiтичного фону (полiтичних й iдеологiчних концепцiй); 2) соцiопсихолiнгвiстичної – для виявлення ефективностi полiтичної мети комунікантiв; 3) iндивiдуально-герменевтичної – для виявлення особистих задумiв автора чи iнтерпретатора дискурсу за певних обставин. Такi пiдходи пояснюють, чому дослідження полiтичного дискурсу лежить на перетинi рiзних дисциплiн i пов'язане з аналізом форми, завдань i змiсту дискурсу, який виникає у полiтичних ситуацiях [2].

Для ефективного дослідження полiтичного тексту важливим є дискурсивний пiдхiд, тобто вивчення кожного конкретного тексту в контекстi полiтичної ситуацiї, через його спiввiдношення з iншими текстами, з урахуванням цiльових установок, полiтичних поглядiв й особистих якостей автора, а також ролі, яку вiдiграє цей текст у системi полiтичних текстiв чи у полiтичному життi краiни. Основними дискурсивними характеристиками полiтичної комунікації є авторство полiтичного тексту, адресованiсть полiтичного тексту, стратегiя i тактика в полiтичній комунікації, полiтичний наратив [13].

У полiтичній комунікації тексти за параметром авторства подiляються на власне авторськi тексти, тексти без формального автора i тексти зі змiщеним авторством. Адресованiсть полiтичного тексту проявляється у наявностi трьох адресатiв – полiтичнi одностороннi, полiтичнi опоненти i населення. За кiлькiсним критерiєм розрiзняють iндивiдуальний, груповий i масовий адресати [там само]. На вiдмiну від iнших видiв iнституцiйного спiлкування, адресат полiтичної комунікації масовий, рiдше груповий чи iндивiдуальний [14]. Для спiлкування з масовим адресатом використовують ритуальнi жанри (iнавгурацiйне звернення, радiозвернення), орієнтацiйнi жанри (доповiдi, укази) i агональнi жанри (лозунг, рекламна промова). Звернення, листiвки, виступи на мiтингах орієнтованi на групового адресата. Кiлькiсть текстiв з iндивiдуальним адресатом, у порiвняннi з масовим i груповим, найменша (телеграми i листи громадян полiтикам, звернення громадян зі скаргами) [13,14].

Вплив на емоцiйну, вольову й iнтелектуальну сферу адресата здiйснюється з допомогою мовленнєвих тактик i стратегiй. У лiнгвiстичнiй лiтературi, присвяченiй полiтичному дискурсу, стратегiю розумiють як планування мовленнєвої дiяльностi [13], визначену спрямованiсть мовленнєвої поведiнки у певнiй ситуацiї для досягнення мети комунікації, а тактику – як

конкретний спосіб реалізації стратегії, тобто вибір принципів, способів, прийомів, які забезпечать досягнення успіху в межах певної стратегії [8, с. 19]. І.Є. Фролова дає детальний опис поняття стратегії з позицій дискурсології як комунікативно-соціальної єдності чинників свідомості, мислення, мови і мовлення, що включає комунікативний намір мовця і мовну об'єктивацію цього наміру [11, с. 85]. Дослідники політичного дискурсу виділяють різні стратегії на основі комунікативної мети та особливостей комунікативної ситуації, а саме: стратегія пониження, стратегія підвищення, стратегія театральності [7]; стратегії саморепрезентації, дискредитації, нападу, самозахисту, формування емоційного настрою адресата, а також інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, агітаційна і маніпулятивна стратегії [8]; стратегія завуальювання, містифікації й анонімності [14]. У політичній лінгвістиці не існує чітких правил для виділення стратегій і тактик, але підґрунтям для цього є мета, сформована політичним життям, тому стратегії політичного дискурсу, орієнтовані на зміну політичних поглядів адресата, його відношення до політичних ситуацій, подій, людей.

У боротьбі за владу політики чи автори політичних текстів уважно вибирають стратегії і тактики реалізації жанрових форм. Мовленнєві стратегії не тільки реалізують мовні жанри, але й формують їх індивідуальність і неповторність [12]. Сукупність політичних текстів різних жанрів, сконцентрованих навколо політичної ситуації, утворюють політичний наратив [13]. Прикладом політичного наративу є комплекс текстів, зв'язаних з парламентськими виборами чи виборами президента. Політичний наратив існує в конкретній політичній ситуації і характеризується тематичною єдністю, сукупністю головних героїв (політиків, партій), спільною канвою подій, локалізацією у часі і просторі [там само].

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, при дискурсивному підході до дослідження політичної комунікації політичний текст вивчається з урахуванням конкретних умов його створення і функціонування. При цьому необхідно враховувати жанр тексту, авторство й адресованість тексту, а також мету автора, яка зумовлює вибір тактик і стратегій.

У сучасній політичній лінгвістиці широко залучається когнітивний підхід, який характеризується моделюванням когнітивної бази дискурсу. В рамках когнітивного підходу політична комунікація аналізується як ментальний феномен, а саме: вивчаються ментальні схеми учасників політичної комунікації; аналізуються ключові концепти політичного дискурсу, політичні стереотипи мовленнєвої поведінки, які є підґрунтям політичних переконань, упереджень і міфологем; досліджуються зумовлені ідеологією влади ментальні моделі, які визначають вербальну поведінку комунікантів: стратегії, тактики, мовленнєві ходи, риторичні прийоми, імплікації і пресупозиції, дискурсні топіки.

На сучасному етапі розвитку дискурс стає об'єктом нової парадигми лінгвістичного знання: когнітивно-дискурсивної. За когнітивно-дискурсивного підходу (когнітивно-комунікативного в термінології І.С. Шевченко) мовні явища (дискурс і текст у тому числі) аналізують з позицій виконання мовою двох її головних функцій – когнітивної і комунікативної, тобто досліджуються ментальні і комунікативні процеси. Саме тому дослідження політичного дискурсу як найвпливовішого і найпоширенішого у засобах масової інформації, аналіз лінгвістичних й екстралінгвістичних особливостей його утворення і функціонування стають пріоритетними. З огляду на це у нашому дослідженні використовується когнітивно-дискурсивний підхід до вивчення політичного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будаев Э.В. Современная политическая лингвистика [Электронный ресурс] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm>
2. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс : История и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – С. 32-43.
3. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен : Монография / Под общ. ред. И.С. Шевченко. – Харьков : Константа, 2005. – 356 с.
4. Зеленский В.В. Политическое как психологическое: когда карта становится территорией / В.В. Зеленский // Психология политики. Психологические и социальные идеи Карла Густава Юнга. – СПб. : Ювента, 1996. – С. 368-380.

5. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5-20.
6. Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Бетгер. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. – 356 с.
7. Михалева О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности [Электронный ресурс] / О.Л. Михалева. – Режим доступа : <http://rus-lang.isu.ru/education/discipline/philology/disrurs/material/material7/>
8. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... док. филолог. наук : 10.02.01 / Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 325 с.
9. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.01.08 “Журналістика” / К.С. Серажим – К., 2003. – 32 с.
10. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.19 / Филинский Алексей Анатольевич. – Тверь, 2002. – 163 с.
11. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : монографія / І.Є. Фролова. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
12. Халатян А.Б. Предвыборный дискурс: жанровое своеобразие и специфика языкового воплощения (на материале текстов предвыборных кампаний 2008 года в России и США) : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.19 / Халатян Аижела Борисовна. – Ставрополь, 2011. – 267 с.
13. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие / А.П. Чудинов. – Москва: Изд-ва «Флинта», «Наука», 2006. – 254 с.
14. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса : дис. ... док. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 440 с.
15. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм : “за” и “против”. – М., 1975 – С. 193-230.
16. Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity / Ed. by G. Weiss and R. Wodak. – Palgrave Macmillan Ltd, 2003. – 321 p.
17. Denton, R.E., Jr. Political Communication in America / R.E. Denton, Jr., G.C. Woodward. – New York : Praeger, 1985. – 366 p.
18. Dijk T.A. van. Political discourse and Ideology / T.A.van Dijk // Anàlisi del discurs polític. – Barcelona : Universitat Pompeu Fabra. IULA, 2002. – P. 15-34.
19. Graber D. Political Languages / D. Graber // Handbook of Political Communication. – Beverly Hills, London : Sage Publications, 1981. – P. 195-224.
20. McNair B. An Introduction to Political Communication. – 5th ed. / B. McNair. – London : Routledge, 2011. – 247 p.
21. Politics as Text and Talk : Analytic Approaches to Political Discourse / Ed. by P. Chilton, Ch. Schäffner. – John Benjamins Publishing Company, 2006. – 246 p.

Билык О. Подходы к изучению политического дискурса.

Статья посвящена изучению политического дискурса как вида институционального общения. Рассматриваются системообразующие признаки и функции политического дискурса. Проанализированы основные подходы к изучению и определению политической коммуникации: дискурсивный подход нацелен на изучение каждого конкретного текста с учетом политической ситуации, целевых установок, политических взглядов и личностных качеств автора, а также роли, которую этот текст может играть в системе политических текстов и в политической жизни страны; когнитивный подход, который характеризуется моделированием когнитивной базы дискурса, и при котором политическая коммуникация анализируется как ментальный феномен; когнитивно-дискурсивный подход направлен на изучение ментальных и коммуникативных процессов политического дискурса, анализ лингвистических и экстралингвистических особенностей его создания и функционирования.

Ключевые слова: институциональный дискурс, политический дискурс, когнитивный подход, дискурсивный подход, когнитивно-дискурсивная парадигма.

Bilyk O. Approaches to the Study of Political Discourse.

The article deals with political discourse as a form of institutional discourse. Political discourse is characterized in terms of the intentions of its senders to influence the political environment and defined as purposeful communication about politics which includes all forms of communication undertaken by politicians and non-politicians for the purpose of achieving specific goals. Cognitive, discursive and cognitive-communicative approaches to the study of political discourse are considered: cognitively, political communication is viewed as a mental phenomenon that is the mental models of the participants of political

discourse are described, the key concepts are analyzed, and the mental models influenced by ideology are studied; a discursive approach aims at studying a political text under political circumstances, in its relations with other texts considering the goals, political views of the sender and the role of this text in the system of political texts or in the political functioning of the country. The cognitive and communicative functions of the language are considered under a cognitive-discursive approach that is mental and communicative processes are studied. The analysis of the linguistic and extralinguistic features of the formation and functioning of political discourse becomes priority.

Key words: *institutional discourse, political discourse, cognitive approach, discursive approach, cognitive-communicative paradigm.*

Марина Брик
(Вінниця)

УДК 811.111+81'42

ЛІНГВІСТИЧНІ ВТІЛЕННЯ СХІДНИХ МОТИВІВ У ЛІТЕРАТУРНОМУ ДІАЛОЗІ ПОВІСТІ А.С. БАЙЕТТ «ДЖИН У ПЛЯШЦІ ЗІ СКЛА «СОЛОВ'ІНЕ ОКО»

У статті розглянуто проблеми втілення та функціонування східних мотивів в літературному діалозі повісті британської письменниці-фольклористки А.С. Байетт. Особлива увага приділена вивченню впливу східних казкових традицій на сучасний англomовний твір малого епічного жанру. В статті проведено аналіз критичних видань, які присвячені творчості британської письменниці в контексті постмодерністської прози Великої Британії, з врахуванням ключових тем та проблем творчості А.С. Байетт. Визначено літературний жанр твору, продемонстрована оповідна техніка, яку використовує Байетт для побудови повісті. Представлена сюжетна орієнтація твору, розкрито зміст казкової стильової манери, виділено різновиди монтажних побудов та визначено їх мотивацію в ідейно-змістовій частині дискурсу. Окрім того, описані полістилїстичність та інтертекстуальність поетики жанру повісті А.С. Байетт. Детальний аналіз дискурсу та прийомів створення наративного тексту А.С. Байетт дозволив виділити ряд орієнтальних мотивів, які письменниця використовує в оповіданнях збірки «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око», серед них щільне місце займають предметні мотиви, які реалізується на рівні зображально-виражальних засобів.

Ключові слова: *постмодернізм, інтертекстуальність, метафоризація, мотив.*

Постановка наукової проблеми. Кінець XVIII - початок XIX століття ознаменувався «східним бумом» в європейській культурі, в результаті якого «східний стиль, що виражає східний світогляд, «душу Сходу», з багатьох причин став відігравати надзвичайно важливу роль [4, с. 10]. Про це свідчить те, що протягом останніх років багато європейських авторів звернулися до використання східної тематики та образності при написанні своїх творів.

Східна традиція дає про себе знати не тільки у творчості письменників, предки яких були іммігрантами з різних держав Сходу, але і власне європейських авторів, до числа яких належить і А.С. Байетт. Повість «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око» А.С. Байетт представляє інтерес для дослідження орієнтальних мотивів в західній літературі. Твір, який включено до збірки під тією ж назвою («The Djinn in the Nightingale's Eye», 1994), ґрунтується на мотивах чарівних народних казок східного фольклору (в першу чергу, казок циклу «Тисячі і однієї ночі»). Він зберігає структуру чарівної казки, створює замкнутий чарівний світ зі своїм часом. Цей твір написаний описовою мовою, поетичним стилем, з'являються символи, художні прийоми, ремінісценції, що не властиві жанру народної казки. Авторське ставлення до традиційних схем проявляється в іронічному тоні, підкреслюється стилізація казкової форми для спостереження над характером людей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що масштабні монографічні дослідження творчості А.С. Байетт на даний момент проводилися лише в зарубіжному літературознавстві (С. Уолхед, А. Альфер, Ф. Александер, Дж. Кемпбелл, К. Келі, Р. Тодд, О. Кен'он). У вітчизняному літературознавстві про творчість А.С. Байетт досі виходили лише статті і тези в колективних збірниках. Серед досліджень, присвячених творчості А.С. Байетт, можна відзначити роботи Е.М. Циглер, Я.Ю. Муратової, Н.А. Соловйової, Л.П. Ржанської,

Ю. Виноградової, Н.А. Евграфової, В.Е. Лівшиц, Н.Б. Хараг, в яких розкриваються особливості світобачення та поетичної свідомості письменниці.

Зауважимо, що зусилля літературознавців досі були сконцентровані на вивченні жанру роману, що пояснюється як самобутністю творчої манери А.С. Байетт (на стику різних напрямків), так і тим фактом, що її романи відображають основні процеси англійської літератури сучасного періоду (інтелектуальність, інтерес до історії і т.д.). Крім того, більшість робіт починаючи з 60-х рр., які представлені у творчості письменниці, присвячені жанру роману, до жанру розповіді ж вона звертається лише в кінці 80-х. Такий рух творчих уподобань – від великої жанрової форми до малої – є нечастим явищем і характеризує особливість світогляду письменниці. Різні аспекти поетики жанру її розповідей досліджувалися в статтях Дж. Кемпбелл, К. Месьюд, В.С. Дарененкової і Н.С. Бочкарьової, Є. Торгашової, Я. Муратової.

Метою статті є вивчення проблеми реалізації та функціонування східних мотивів в літературному діалозі повісті британської письменниці-фольклористки А.С. Байетт.

Досягнення мети передбачає вирішення низки конкретних завдань, а саме: 1) проаналізувати інтертекстуальний та полістилистичний простір твору А.С. Байетт; описати оповідну техніку та сюжетну орієнтацію твору; визначити літературний жанр збірки; 2) виділити різновиди монтажних побудов в поезиці жанру оповідання «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око»; 3) дослідити повість «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око» в рамках східної традиції та тематики, визначити основні орієнтальні мотиви у художній моделі світу британської письменниці; 4) визначити стильові домінанти в жіночій прозі А.С. Байетт та навести особливості, які характеризують стильову манеру її письма в збірці феміністичних казок «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око» зокрема; 5) розкрити центральну проблему повісті «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око»;

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Збірка оповідань А.С. Байетт «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око» репрезентує нову жанрову форму – літературну казку епохи постмодернізму, що являє собою колаж з низки казкових мотивів східного та західного фольклору. Постмодернізм визначається як світоглядно-мистецький напрям, провідними рисами якого є культ незалежної особистості; потяг до архаїки, міфу і колективного позасвідомого; прагнення до поєднання істини (часом полярно протилежної) багатьох людей, націй, культур, релігій, філософій; зумисне химерне переплетення різних стилів оповіді (у художній стиль нерідко вплітаються науковий, публіцистичний, діловий та ін. стилі) [1, с. 310]; суміш багатьох традиційних жанрових різновидів; інтертекстуальні зв'язки на сюжетно-композиційному, образному й мовному рівнях; іронічність і пародійність [6, с. 65].

Жанр, який обирає письменниця – «чарівна історія», що об'єднала в собі східні форми зі східними та західними казками. Серед перших провідне місце займають арабські казки циклу «Тисячі і однієї ночі», останні ж представлені працями Дж. Мільтона «Втрачений рай», Дж. Чосера «Кентерберійські оповідання», У.Шекспіра «Зимова казка», С. Колріджа «Поема про старого моряка», епосом про Гільгамеша, древнім міфом про давньогрецьку богиню Кібелу та оповіданнях, що засновані на традиціях європейських казок збірок Шарля Перро і братів Грیمм.

Вибір східних мотивів із циклу казок «Тисячі і однієї ночі» не є випадковим у повісті Байетт. Посилання на розповіді Шехерезади, яка рятує себе та інших молодих жінок від смерті за допомогою казок, відповідає цілям та задуму авторки. Тим не менш, на відміну від оригіналу, ці казки арабських ночей не рятують жінок від смерті, а лише досліджують долі жінок третього світу у їх зв'язку зі смертю [1, с. 244].

Як показує матеріал дослідження, основними темами, які цікавлять Байетт, є творчість, соціальні зв'язки і неосяжний світ людської психіки. Саме жанр оповіді дає можливість письменниці створювати нескінченне варіювання і завжди нові акценти в розробці даної тематичної тріади [3, с. 243]. «Джин у пляшці зі скла «Солов'їне око» – розповідь про процес створення історій, де реальність і казка, історія і література, факти і вигадка складно переплітаються. Головний персонаж твору, професор наратології Джилліан Перхольт, розмірковує про роль казок і міфів у літературі та житті.

Предметом більш детального аналізу стала стильова манера А.С. Байетт. Ми встановили, що письменниця використовує ряд стильових домінант, які відображають її тенденцію до

«фiлософiзацiї» жанру оповiдання. «Джин у пляшцi зi скла «Солов'їне око» характеризується переважанням позасюжетних елементiв в сюжетнiй орієнтацiї твору, яка являє собою рамку з сюжетних вставок, що певним чином «вписанi» в основний сюжет. Сюжет в даному тексті має пiдпорядковане, факультативне значення по вiдношенню до позасюжетного елемента.

А.С. Байетт використовує монтажну композицiйну побудову оповiдань, де виокремлюються: а) вставнi елементи (вставнi розповiдi, розгорнутi описи, введення авторитетної «чужої» точки зору); б) ретроспекцiя i темпоральна фрагментарнiсть - активне експериментування автора з художнiм часом, що сприяє ретардацiї сюжетного розвитку; в) монтаж рiзностильових фрагментiв (iмiтацiя рiзних технiк оповiдi), що є свiдченням схильностi Антонiї Байетт до створення «полiстилiстичних текстiв» у рiзних жанрах [8, с. 16].

Ще однією стильовою своєрiднiстю жанрової моделi оповiдання є «метафоризацiя». Так А.С. Байетт вiдводить чiльне мiсце метафорi i сприймає її не тiльки в лiтературному, але i у фiлософському контекстi: «Наша думка i пам'ять в якiйсь мiрi є метафора. З iншого боку, будь-яка метафора в якiйсь мiрi - лише фрагментарне вiдображення свiту, оформлена точка зору. Наче якщо б ми дивилися в телескоп або мiкроскоп на те, що думаємо. Метафора дає можливiсть придивитися, дiзнатися, вiдкрити завiсу таємниці над нашими потаємними думками» [2, с. 250].

В оповiданнi зустрiчається ряд метафоричних образiв, якi можуть бути охарактеризованi як «наскрiзнi» (образи скла i дзеркала, жiночого тiла, килиму та нитки i т.д.).

Вплив схiдної лiтератури i культури стає помiтним при першому ж наближеннi до тексту. Центральна подiя сюжету розпочинається пiд час вiзиту головною героїнею, англiйським вченим-фольклористом Джилліан Перхольт, конференцiї в Туреччинi, де вона випадково отримує владу над реально iснуючим джином. У вiльний час вона вiдвiдує рiзнi мiста цiєї країни: Анкару, Ефес, Iзмир, Стамбул, де цiкавиться, в першу чергу, предметами культурної спадщини iнших народiв. В уста рiзних персонажiв вкладено шумеро-вавилонськi мiфи, сюжети «Тисячi i однієї ночi» i суфiйських притч. Тим самим створюється певний культурний контекст, в поле якого потрапляє героїня. Ця подорож в прямому i переносному сенсi: свiт загадкового Сходу очима європейця. Мотив, давно вiдкритий лiтературою, в повiстi А.С. Байетт ускладнений тим, що сприймаюча свiдомiсть належить жiнцi (гендерно-рольове питання перiодично виникає в контекстi твору) [5, с. 51].

У тексті оповiдання нами були виявленi нацiонально-культурнi реалiї країн Сходу. Аналiз функцiональних особливостей показав, що слова-реалiї у художньому просторi тексту вiдтворюють етнографiчнi особливостi мовної картини Сходу, створюють часовий та мiсцевий колорит, зображають соцiокультурнi особливостi схiдної мовної картини свiту.

Детальний аналiз дискурсу та прийомiв створення наративного тексту А. С. Байетт дозволив нам видiлити ряд орієнтальних мотивiв, якi письменниця використовує в своєму оповiданнi, серед них щiльне мiсце займають предметнi мотиви, якi реалiзується на рiвнi зображально-виражальних засобiв, а саме через символiку гобелена (a tapestry), нитки (a thread), килима (a carpet, a rug), а також ткацького верстата (a loom). Необхiдно вiдзначити, що група символiв з семантикою «ткацтво», спiввiдносно з процесом оповiдi, є авторською. Традицiйно **мотив нитки** уособлює, як правило, лiнiю людської долi, згадати хоча б давньогрецький мiф про трьох Мойр, якi прядуть нитку життя, вiдмiряють людям її тривалiсть i обрiзають її [7, с. 370]. А.С. Байетт вкладає свiй змiст в сукупнiсть символiв зi значенням **мотиву ткацтва**: створення гобелена, килима, за допомогою звичайних ниток є реалiзацiя процесу оповiдi, акт створення iлюзорностi реальностi.

Як було виявлено при аналiзi мовного матерiалу, помiж iнших предметних мотивiв в наративному просторi повiстi виокремлюється **мотив скла**. В концептуальнiй моделi повiстi даний мотив асоцiюється з вiдчуттям ув'язнення та несвободи, зокрема жiнки. Символ скляної труни, коробки або ящика уособлює для Джилліан Перхольт обмеження, фактичнi чи оповiднi, якi накладенi на жiнок чоловіками.

Одночасно, протагонiст повiстi знаходиться пiд магiєю скла, її приваблює парадоксальнiсть його природи. Скло постає матерiалiзованою метафорою, «чарiвним засобом, який дозволяє побачити суть предмета i, який є цим предметом одночасно» [9].

Серед мотивiв видiлених у нашому дослідженнi досить цiкавим є **мотив покiрної**

дружини на Заході відомий як мотив Гризельди (названий на честь героїні Кентерберійських оповідань Джефрі Чосера). Образ Гризельди формується у вигляді ідеальної дружини, яка покірливо терпить випробування, нав'язані їй чоловіком. Так само сприймає її і Джиліан Перхольт, коли виступає на конференції з доповіддю, що присвячена саме цій героїні. За іронією долі історія Гризельди перегукується з теперішніми обставинами її власного життя, її так само як в казці про Гризельду, чоловік залишає заради молодшої коханки. Тим не менш, реакція Джиліан на таку зраду радикально відрізняється від реакції Гризельди. Джиліан сприймає з відчуттям полегшення та спокою, звільнення її «замкненої енергії». Звільнившись від ланцюгів шлюбу та народження дітей, вона порівнює себе з «в'язнем, який щойно звільнився від кайданів; газом, який був стриманий в пляшці, і нарешті знайшов вихід із неї» [9].

Мотив лабіринту. Для Джиліан своєрідним лабіринтом є сюжет оповідання про Гризельду, який вона підсвідомо повторює, проте коли її життєві та творчі горизонти розширюються, вона знаходить нові шляхи з лабіринту, який нав'язує їй Доля.

Нами було встановлено, що в авторській модальності повісті центральне місце займає **мотив жіночого тіла**. Джиліан бачить свою долю через сприйняття власного зовнішнього вигляду: тіло наче лакмусовий папірець, що вказує на зміни в її житті, яке тепер, як вона бачить, позбавлене власної історії і наближається до кінця. Коли ж Джиліан зустрічає Джина, її першим бажанням є повернення молодості, що, на її думку, зробить її щасливою та відновить самооцінку [9].

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Підсумовуючи результати проведеного нами дослідження, зазначаємо, що оповідання А.С. Байетт «The Djinn in the Nightingale's Eye» є прикладом інтертекстуального художнього дискурсу у формі колажу, що складається з казкових мотивів східного фольклору. Твір написаний описовою мовою, поетичним стилем, з'являються символи, художні прийоми, ремінісценції, що не властиві жанру народної казки. Авторське ставлення до традиційних схем проявляється в іронічному тоні, підкреслюється стилізація казкової форми для спостереження над характерами людей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анастасьев Н.А. У слов долгие эхо (к спорам о постмодернизме) / Н.А. Анастасьев // Сквозь шесть столетий. Метаморфозы литературного сознания: Сб. в честь 75-летия Л.Г. Андреева. – М.: Диалог, МГУ, 1997. – С. 307-329.
2. Байетт А.С. Два сестры // Иностранная литература, 2006. – №1. – С. 242-255.
3. Дроздовский Д. «Больше всего я люблю писать о книгах, которые пока еще не поняла до конца» / Интервью с А.С. Байетт / Д. Дроздовский // Иностранная литература, 2006. – №12. – С. 238-243.
4. Ибрагимов Е.Д. К вопросу об истории и содержании понятия «ориентализм» / Е.Д. Ибрагимов // Аспирант, или Молодое поколение ученых и др.: Научно-практический альманах аспирантского сообщества ОГПУ, Оренбург, Издательство ОГПУ, 2006. – С. 6-11.
5. Конькова М. Н. Проблема повествования в сборнике рассказов А. Байетт «Джинн в бутылке из стекла «соловьиный глаз» [Текст] / М. Н. Конькова // Гуманитарные исследования. Журнал фундаментальных и прикладных исследований. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2009. – № 4 (32). – С. 165-169.
6. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма / Н.Б. Маньковская. – СПб.: Алтейя, 2000. – 347 с.
7. Трессидер, Дж. Словарь символов [Текст] / Дж. Трессидер. – М., 1999. – 448 с.
8. Byatt A.S. On histories and stories: Selected essays / A.S. Byatt. London: Chatto & Windus, 2000. – 196 p.
9. Byatt A.S. The Djinn in the Nightingale's Eye: Five Fairy Stories. – New York: Vintage Books, 1994. – 274 p.

Брик М. Лингвистические воплощения ориентальных мотивов в литературном диалоге повести А.С. Байетт «Джинн в бутылке из стекла «Соловьиный глаз».

Статья посвящена изучению проблемы воплощения и функционирования восточных мотивов в литературном диалоге повести британской писательницы-фольклористки А.С. Байетт. Особое внимание уделено изучению влияния восточных сказочных традиций на современные англоязычные произведения малого эпического жанра. В статье проведен анализ критических изданий, посвященных творчеству британской писательницы в контексте постмодернистской прозы Великобритании, с учетом ключевых тем и проблем творчества А.С. Байетт. Определен литературный жанр произведения, продемонстрирована повествовательная техника, которую использует Байетт для построения повести. Представленная сюжетная ориентация произведения, раскрыто содержание сказочной стилизованной манеры, выделены разновидности монтажных построений и определена их мотивация в идейно-содержательной части дискурса. Кроме того, описаны полистилистика и интертекстуальность поэтики жанра повести А.С. Байетт.

Детальный анализ дискурса и приемов создания повествовательного текста А. Байетт позволил выделить ряд ориентальных мотивов, которые Байетт использует в рассказе «Джинн в бутылке из стекла «Соловьиный глаз», среди них плотное место занимают предметные мотивы, которые реализуются на уровне изобразительно выразительных средств.

Ключевые слова: *постмодернизм, интертекстуальность, метафоризация, мотив.*

Bryk M. Linguistic Implementation of Oriental Motifs in A.S. Byatt's Story «The Djinn in the Nightingale's Eye»

The article deals with the analysis of the implementation and the functioning of oriental motifs in the literary dialogue of the novel written by contemporary British writer A.S. Byatt. Particular attention is paid to the influence of oriental traditions on modern English literature. The article analyzes the critical essays which focus on works of British writer in the context of postmodern prose, taking into account the key themes of her prose. We defined the genre of the work, demonstrated the narrative technique used by A.S. Byatt in her story and revealed the writer's reliance on extensive use of symbolism and allusion to classical myths and fairy tales. A.S. Byatt uses a number of stylistic landmarks which reflect her tendency to «philosophisation» of the genre of short story. The detailed analysis of the discourse and the methods of creating of the narrative text allowed us to identify a number of oriental motifs which are used in A.S. Byatt's story «The Djinn in the Nightingale's eye», which are realized at the level of figurative-expressive means.

Key words: *postmodernism, intertextuality, narratology, metaphor, motif.*

Яна Вжесц
(Луганськ)

УДК 82-92=111:004.738.5

ТЕКСТИ НОВИН В ЕЛЕКТРОННИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ЗМІ: ФУНКЦІЇ, СТРУКТУРА, СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ

Досліджено тексти новин в електронних американських ЗМІ, їхні функції, структуру та синтаксичну організацію. З'ясовано поняття засобів масової інформації та засобів масової комунікації; розглянуто функції ЗМІ, характерні риси інформації в Інтернет ЗМІ, представлено класифікацію Інтернет видань; розглянуто поняття тексту мережових новин або гіпертексту та таких його специфічних рис, як інтерактивність, оперативність, вимірюванність, персональний підхід, взаємозв'язність, мультимедійність; схарактеризовано структуру текстів новин та релевантні властивості текстів новин, які обумовлюють структуру; проаналізовано структуру текстів новин в американських електронних ЗМІ, з'ясовано основні компоненти структури (заголовок, лід, сама стаття та резюме новин); обґрунтовано поняття заголовку та ліду та їх роль в структурі текстів новин; проаналізовано синтаксичну організацію заголовку, ліду та самої статті; визначено найуживаніші синтаксичні зразки для побудови заголовків, синтаксичні зразки для побудови ліду та досліджено синтаксичну організацію викладення самої статті.

Ключові слова: *електронні ЗМІ, Інтернет видання, гіпертекст, структура текстів новин, заголовок, лід, резюме, синтаксична організація, просте, складносурядне, складнопідрядне, складене речення, еліптичне речення, багатоконпонентні іменникові групи, дієприкметникові, дієприслівникові, інфінітивні, герундіальні конструкції, конструкції з вторинною предикацією.*

Постановка наукової проблеми. Сучасний світ переживає період «інформаційного вибуху», що невід'ємно пов'язано з розвитком засобів масової інформації (ЗМІ) і тісною взаємодією ЗМІ з Інтернет технологіями. Все більша кількість газет і журналів створюють Інтернет версії своїх видань. Швидкий темп життя вимагає від ЗМІ більшої інформативності, оперативності, наглядності, що сприяє розширенню ролі текстів інформаційних жанрів, в першу чергу, текстів новин. Новина і те, як вона репрезентована, тобто структура тексту новин, в свою чергу, мають привернути увагу читача, зацікавити його і викликати у нього бажання продовжити читати. В нашій роботі досліджуються тексти новин як ключові елементи нової інформації в умовах зростаючої ролі СМІ в житті суспільства і зростаючим значенням текстів новин як ядра якісної преси з урахуванням змін, що тривають в сучасному інформаційному просторі.

Аналіз останніх досліджень показав, що проблема масмедійного дискурсу розглядалася в багатьох публікаціях (Апалат, Васильєва, Володіна, Добросклонська, Заборовська, Потапенко), але, незважаючи на зацікавленість дослідників, деякі питання, пов'язані з функціями, структурою та синтаксичною організацією, носять полемічний характер.

Мета статті – в комплексному підході до аналізу текстів новин в американських електронних ЗМІ з точки зору їх функціональних, структурних і організаційних особливостей. Мета статті передбачає вирішення таких завдань: визначити і класифікувати функції Інтернет ЗМІ, схарактеризувати структуру текстів новин в електронних ЗМІ, проаналізувати синтаксичну організацію текстів новин.

Практичним матеріалом дослідження слугували тексти електронних версій американських ЗМІ, зокрема було обрано електронні версії американських газет «*The New York Times*» і «*USA Today*». Вибір цих видань обумовлений, перш за все, їх тиражем. За даними організації «Alliance for Audit Media» на 1 березня 2013 тираж щоденної газети «*The New York Times*» (1858) був 1.865.318, а газети «*USA Today*», що виходить кожного дня окрім вихідних та розповсюджується в усіх штатах, – 1.674.306.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Однією з найважливіших ознак сучасної епохи є постійне удосконалення способів розповсюдження інформації. Поряд з традиційними засобами масової комунікації – пресою, радіо, телебаченням – бурно розвиваються глобальні телекомунікаційні засоби (мережа Інтернет). Інтернет значно розширив поняття «засобів масової інформації», які все частіше замінюють терміном «засоби масової комунікації», що підкреслює інтерактивний характер сучасного комунікативного простору. Якщо ЗМІ розуміють як «сукупність технічних засобів, суспільних організацій та людських ресурсів, які задіяні в масовому розповсюдженні інформації, то масова комунікація є самим процесом розповсюдження інформації» [7, с. 142].

Інтернет ЗМІ (мережеві, електронні, он-лайнкові ЗМІ, веб-видання) є складною системою паралельного існування різних за типом комунікацій (текстової, аудіо, візуальної).

Однією з необхідних умов розуміння сутності ЗМІ, зокрема Інтернет ЗМІ, та виявлення функціонування мови ЗМІ є вивчення функцій ЗМІ. С.І. Віноградов виділяє п'ять функцій: інформаційну, впливову або дієву, гедоністичну, коментарійно-оціночну та пізнавально-просвітницьку [3, с. 167]. Т.Г. Добросклонська стверджує, що незважаючи на деякі термінологічні розбіжності, можна визначити такі функції ЗМІ: інформативну, розважальну, освітню, рекламну, ідеологічну [7, с. 151]. Дослідник соціальних функцій Інтернет ЗМІ І.Д. Фомічова виділяє комунікативну, інформаційну, ціннісно-регулюючу, соціально-організаційну й соціально-креативну, функцію форуму і каналу соціальної участі, та розважальну функцію [15, с. 79].

Інформація в Інтернет ЗМІ має ряд загальних для всіх ЗМІ а також специфічні риси. До них належать: 1) оперативність, бо ЗМІ завжди націлені на висвітлення перш за все теперішніх подій; 2) відображення життя соціуму, а не власної діяльності творців ресурсу; 3) універсальність тематики; 4) жанрово-видове різноманіття матеріалів [15, с. 81].

Інформаційні повідомлення американських агенцій, які є матеріалом цього дослідження, відносяться до Інтернет ЗМІ. Інтернет ЗМІ разом з пресою, радіо та телебаченням визначають інформаційну політику суспільства. Розвиток Інтернет ЗМІ здійснюється у взаємозв'язку та взаємозалежності з іншими видами ЗМІ. В теперішній час багато радіо- й телестанцій віщають в Інтернеті, також як і багато друкованих видань мають Інтернет версії. Мережевим виданням вважається будь-який сайт (або група сайтів), призначений для вирішення задач, властивих друкованим й електронним мережевим засобам масової комунікації [10, с. 87]. Крім того, в якості критерію для класифікації Інтернет видань пропонується подібність до їх традиційних аналогів. Тому виділяють: а) Інтернет-газети – видання, що часто поновлюються та спеціалізуються на новинах; б) Інтернет-журнали – тематичні та суспільно-популярні видання в основному аналітичного характеру; в) Інтернет-радіо – web-радіостанції; г) web-телебачення – інтерактивне телебачення в розвитку; д) спеціалізовані інформаційні агенції – ресурси, що поставляють інформацію з телетайпних стрічок [10, с. 98].

Текст мережевих новин становить собою гiпертекст, який визначають як цiлiсний текст, що мiстить змiст, який розкривається при читаннi через актуалiзацiю зв'язкiв з iншими текстами та з текстом соціокультурної реальностi в цiлому [10, с. 125]. Гiпертекст як особлива органiзацiя й особливе уявлення iнформацiї принципово вiдрiзняється вiд традицiйного лiнiйного тексту та характеризується трьома аспектами: по-перше, сегментним поданням тексту; по-друге, вiдсутностю видимих меж дискурсу; по-третє, вiдсутностю фiксованого порядку текстових компонентiв, дiя яких може привести до порушення процесу його сприйняття [5, с. 10].

Окрiм вищезгаданих характеристик гiпертексту, веб-видання визначаються такими специфiчними рисами як iнтерактивнiсть, оперативнiсть, вимiрюваннiсть, персональний пiдхiд, взаємозв'язнiсть, мультимедiйнiсть [10, с. 143], якi ми конкретизували стосовно матерiалу дослiдження – тексту американських iнтернет новин.

Iнтерактивнiсть припускає можливiсть контролю користувача над змiстом сайтiв новин. Так, наприклад потiк новин на сайтi газети *The New York Times* класифiкується в такi блоки: ***Most Popular, Most Viewed, Most E-mailed, Most Blogged***; на сайтi газети *USA Today* також знаходимо рубрику ***Most Popular***.

Мережеві ресурси новин вiдрiзняються бiльш високим ступенем оперативностi порiвняно з друкованими. Так, наприклад, дискурс iнтернет новин поповнюється практично кожної хвилини, пiдтвердженням цього є такi помiтки як ***Updated***.

Вимiрюваннiсть передбачає наявнiсть iнструментарiю, що дозволяє швидко оцiнити популярнiсть мережевої iнформацiйної статтi. Так, наприклад, пiсля текстiв новин в електронних ЗМi, що дослiджуються, є примiтки: ***300 comments, 45 comments***.

Персональний пiдхiд виражається в можливостi вибору способу навігацiї по сайтi новин, тобто читач обирає рубрику (***News, Sports, Money, Life, Tech, Travel***), або зразу звертається до ***Top News***, далi проглядає заголовки, анотацiї (лiди, вiд англ. *lead*) та читає потрiбну замiтку.

Взаємозв'язнiсть, або гiпертекстуальнiсть, виявляється у зв'язку мережевого тексту новин з iншими текстами через гiперпосилання (***Quick Links, More Stories, UP Next***). Мультимедiйнiсть мережевих новин вiдкриває принципово новi можливостi для виконання функцiї iнформування. Використовуються рiзні за типом комунiкацiї – текстовий, аудiо та вiзуальний матерiал (користувач може почути iнформацiю з перших джерел за допомогою, наприклад, ***Must See Video***).

Багато газетних жанрiв не мають своїх «мовних прикмет», характерних лексико-синтаксичних прикмет, але структурнi ознаки вiдчутнi: способи подачi та органiзацiї матерiалу [12, с. 59]. Релевантнi властивостi текстiв новин – точнiсть, яснiсть, компактнiсть – обумовлюють iх формальну структуру. Структура текстiв новин включає такi елементи: заголовок – лiд (вводка) – зачин – детальне викладення фактiв [11, с. 107].

Аналізуючи англiйську медiамову, Т.Г. Добросклонська використовує термiн «the inverted pyramid» («принцип перегорнутої пiраmidi»), характерний для англiйської журналістики. Вiдповiдно до цього принципу, найцiннiша й найважливіша iнформацiя повiдомляється на початку тексту, при цьому основна iнформацiйна загрузка припадає на першу фразу, яка називається «the lead» i фактично мiстить всi важливі компоненти повiдомлення в концентрованому виглядi [7, с. 186].

Проаналiзуємо структуру текстiв новин в американських електронних ЗМi. Текст новин вводиться заголовком (***Treasury Says Mere Prospect of Default May Harm Economy***), далi – лiд (***A debt-limit impasse could cause credit markets to freeze, the dollar to plummet and interest rates to rise sharply, the department said in a report released on Thursday***), а потiм йде сама стаття (*The New York Times* 03.10.2013). Або знаходимо заголовок (***Obama: Default would be worse than shutdown***), далi за гiперпосиланням – лiд (***President Obama broadened his focus in the budget battle Thursday, saying a government default on its debts would hurt the economy worse than the ongoing government shutdown***), нижче праворуч – текст повiдомлення, а лiворуч – стислий виклад новин або резюме новин (***President Obama warns of default if debt ceiling is not increased. Obama again blamed the ongoing government shutdown on Republicans. Economically, a default would be worse than a shutdown, Obama says***) або резюме (*USA Today* 03.10.2013).

Заголовок – невидiмна i головна частина будь-якої газетної публiкацiї, тому що вiн є першою ланкою, на яку звертає увагу читач при знайомствi з новинами. Заголовок в планi

лінгвістичному є ім'ям тексту, в плані семіотичному – першим знаком тексту [14, с. 67]. Синтаксично заголовки – це дуже короткі речення або фрази, представленні різноманітним зразків: повні розповідні речення, питальні речення, еліптичні речення, речення з упушенням артиклів, фрази з дієслівними формами, риторичні питання, заголовки з прямою мовою, яка може вводитися еліптично [6, с. 69]. Серед заголовків американських електронних газет найуживанішими є прості розповідні двоскладові речення (*Tropical Storm Karen forms, aims for U.S.* (USA Today 03.10.2013), (*U.S. Capitol Under Lockdown After Reports of Gunfire* (The New York Times 03.10.2013), односкладові номінативні речення (**Dow below 15,000 after triple-digit loss** (USA Today 03.10.2013), заголовки з прямою мовою (**'Reckless' Shutdown Must End, Obama Says, Faulting G.O.P.** (The New York Times 03.10.2013), що може вводитися еліптично (**Obama: Default would be worse than shutdown** (USA Today 03.10.2013) та складнопідрядні речення (**Boehner Tells Republicans He Won't Let the Nation Default** (USA Today 03.10.2013).

Вводка або лід роз'яснює або деталізує заголовок, допомагає читачеві конкретніші орієнтири для розуміння матеріалу. Якщо заголовок приваблює своєю оригінальною формою, то лід «приземлює» читача, вносить конкретизуючий початок [16, с. 43]. Ліди в американських електронних ЗМІ представлені складеними реченнями середньої довжини, до 30 слів (*At least 94 people, mostly from Eritrea and Somalia, died on Thursday when their boat sank after a fire on board* (The New York Times 03.10.2013), або довгими, до 60 слів (*The fight over the government shutdown, which entered its third day Thursday, turned toward heightened concern over the need to raise the nation's \$16.7 trillion debt ceiling and avoid a potentially catastrophic default on its bills* (USA Today 03.10.2013).

Синтаксис самої статті – це різноманіття всіх структурних типів речення: простого, складносурядного, складнопідрядного, складеного; прошарок книжковості створюється за допомогою багатоконпонентних атрибутивних іменникових груп, дієприкметникових, дієприслівникових, інфінітивних, герундіальних конструкцій та конструкцій з вторинною предикацією [8, с. 145]. Текст самої статті в американських електронних тестах новин поділяється на абзаци, кожен з яких складається з одного або двох речень всіх типів: простого (*The stalemate has taken a toll on financial markets*), складносурядного (*Distribution of Social Security and disability benefits would be delayed, and pensions would be decimated*), складнопідрядного (*Failure to raise the ceiling weakens the U.S. government's commitment to the bonds it sells investors around the world*), складеного (*Raising the debt ceiling does not influence future government spending; it is the federal government's commitment that it will pay off its existing debt*).

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Підсумовуючи, можемо визначити наступне: 1) основні функції Інтернет ЗМІ – комунікативна, інформаційна, ціннісно-регулююча, соціально-організаційна й соціально-креативна, функція форуму і каналу соціальної участі, та розважальна функція; 2) текст мережевих новин становить собою гіпертекст; 3) веб-видання визначаються такими специфічними рисами як інтерактивність, оперативність, вимірюванність, персональний підхід, взаємозв'язність, мультимедійність; 4) структура текстів новин в електронних американських ЗМІ включає такі елементи: заголовок – лід (вводка)– детальне викладення фактів; 5) синтаксична організація заголовків представлена простими розповідними двоскладовими реченнями, односкладовими номінативними реченнями, заголовками з прямою мовою; 6) синтаксична організація лідів представлена складеними реченнями середньої довжини; 7) синтаксис самої статті – це різноманіття всіх структурних типів речення: простого, складносурядного, складнопідрядного, складеного. Мова Інтернет ЗМІ – це достатньо нове явище, яке ще не досить ретельно досліджене, та яке відкриває нові сфери для досліджень в різних науках. Лінгвістично ми отримуємо ще один варіант мови, теоретичне розуміння і практичний прояв якої потребує наукового дослідження та вивчення, що і визначає перспективи подальших наукових розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апалат 2003: Апалат, Г.П. Структура, семантика і прагматика текстів-інтерв'ю (на матеріалі сучасної англійської преси) [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук :10.02.04 / Київський національний лінгвістичний ун-т. – К., 2003. – 19с.
2. Васильєва 1982: Васильєва, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи [Текст] / А.Н. Васильєва // Курс лекций по стилистике русского языка для филологов. – М. : «Русский язык», 1982. – 155 с.

3. Виноградов 1996: Виноградов С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи [Текст] / С.И. Виноградов // Культура речи и эффективность общения. – М. : «Русский язык», 1996. – 350 с.
4. Володина 2007: Володина, М.Н. Когнитивный аспект исследования языка массовой коммуникации [Текст] / М.Н. Володина // Язык массовой межличностной коммуникации. – М.: Медиа-Мир, 2007. – 190 с.
5. Воротникова 2005: Воротникова, Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных новостных СМИ [Текст] : автореф. ...канд.филол.наук: 10.02.04 / РГПУ им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2005. – 25с.
6. Гальперин 2009: Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 144 с.
7. Добросклонская 2005: Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288с.
8. Єфімов 2004: Єфімов, Л.П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз [Текст] / Л.П. Єфімов – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 240 с.
9. Заборовская 2003: Заборовская, С.В. Газета как гипертекст [Текст] / С.В. Заборовская // Вісник Харківського Університету. – Серія Філологія. – 2003. – Вип. 37. – 220 с.
10. Калмыков 2005: Калмыков, А.А. Интернет-журналистика [Текст] / А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383с.
11. Лукина 2003: Лукина М.В. Технология интервью [Текст] / М.В. Лукина // Учебное пособие для вузов. – М. : Медиа-Мир, 2003 – 235с.
12. Одинцов 1980: Одинцов, В.В. Стилистика текста [Текст] / В.В. Одинцов. – М.: Наука, 1980. – 263с.
13. Потапенко 2009: Потапенко, С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти [Текст] : монографія. – Ніжин: Видавництво НДУ імені М.Гоголя, 2009. – 392с.
14. Тураева 2009: Тураева, З.Я. Лингвистика текста. Текст: структура и семантика [Текст] / З.Я. Тураева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 144с.
15. Фомичева 2005: Фомичева, И.Д. Социология Интернет-СМИ [Текст] / И.Д. Фомичева. – М. : Изд.фак. журналистики Моск.гос.ун-та, 2005. – 79с.
16. Шостак 1997: Шостак, М.Т. Журналистика новостей [Текст] / М.Т. Шостак. – М.: Журналист, 1997. – 205 с.

Джерела ілюстративного матеріалу

The New York Times. – доступ : URL : [http:// www.nytimes.com/](http://www.nytimes.com/)

USA Today. – доступ : URL : [http:// www.usatoday.com/](http://www.usatoday.com/)

Взещ Я. Новостные тексты в электронных американских СМИ: функции, структура, синтаксическая организация.

В статье исследованы новостные тексты в электронных американских СМИ, их функции, структура, синтаксическая организация. А также в статье определено понятие средств массовой информации и средств массовой коммуникации. Рассмотрены функции СМИ, характерные черты информации в Интернет СМИ, представлена классификация Интернет изданий. Рассмотрено понятие сетевых новостных текстов или гипертекста и таких его специфических черт, как интерактивность, оперативность, измеримость, персональный подход, взаимосвязанность, мультимедийность. Охарактеризована структура новостных текстов и релевантные свойства новостных текстов, которые обуславливают структуру. Проанализирована структура новостных текстов в американских электронных СМИ, определены основные компоненты структуры (заголовок, лид, статья и резюме новостей); обосновано понятие заголовка и лида, их роль в структуре новостных текстов. Проанализирована синтаксическая организация заголовка, лида, статьи; выяснены синтаксические образцы построения заголовка, синтаксические образцы построения лида, а также изучена синтаксическая организация изложения новостей.

Ключевые слова: *электронные СМИ, Интернет издания, гипертекст, структура новостных текстов, заголовок, лид, резюме, синтаксическая организация, простое, сложносочиненное, сложноподчиненное, сложное предложение, эллиптическое предложение, многокомпонентные именные группы, причастный, деепричастный оборот, инфинитивные, герундиальные конструкции, конструкции с вторичной предикацией.*

Vzhesch Ya. News Texts in Electronic American Mass Media: Functions, Structure, Syntactical Organization.

News texts in electronic American mass media, their functions, structure and syntactical organization are considered in the article. The notion of information mass media and communication mass media is disclosed. Mass media functions, characteristic features of information in the Internet mass media are analysed. The Internet editions are classified. The notion of web news text or hypertext and its characteristic features (interactivity, operativeness, measurability, personal approach, interdependence, multimedia characteristics are considered. News texts structure and their relevant properties conditioning

the structure are characterised. The structure of news texts in electronic American mass media are analysed, main structure constituents are defined, and they are a title, a lead, an article, and news summary. The notions of the title, the lead and their role in the news texts structure are studied. The most widely used syntactical patterns for constructing titles and leads are defined and the syntactical organization of the news presentation is analysed.

Key words: *electronic mass media, Internet editions, hypertext, news texts structure, title, lead, summary, syntactical organization, simple, compound, composite, complex sentence, elliptical sentence, multicomponents noun groups, participial, infinitival, gerundial complexes, constructions with secondary predication.*

Наталія Войцехівська
(Київ)

УДК 811.161.2'27'42

МОДЕЛІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ В КОНФЛІКТНОМУ ДИСКУРСІ

Моделі комунікативної поведінки у діалозі конфліктної спрямованості проаналізовані у зв'язку з типологією мовної особистості, а саме: кооперативним (конструктивним), конформістським, центрованим і конфліктним (деструктивним) типами. Встановлено, що стратегія співпраці пов'язана з кооперативною мовною особистістю та знаходить свій вияв у тактиках згоди, підтакування, прояву співчуття, утішання, компліменту тощо. Типова для конформіста стратегія уникнення реалізується в поступці та компромісі. Стратегія суперництва/боротьби є характерною ознакою деструктивної поведінки в діалозі, мовленнєвими тактиками якої виступають образа, звинувачення, іронія, погроза, провокація, наклеп, докір та ін.

Ключові слова: *конфліктний дискурс, мовна особистість, модель поведінки, стратегія, співпраця, компроміс, самоусунення.*

Постановка наукової проблеми. Як соціальна істота людина потребує повсякденної мовленнєвої взаємодії, що може набувати ознак або комунікативної співпраці, або комунікативного суперництва. Зорієнтованість дискурсу на порозуміння/співдію чи непорозуміння/протидію залежить, насамперед, від учасників діалогу, їхніх комунікативних ролей, темпераменту, характеру, соціокультурних та індивідуально-психологічних особливостей, а також інтересів і цілей, які вони бажають досягти в результаті розмови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Акцент сучасної мовознавчої науки на комунікантах — як одному з головних понять антропологічної парадигми — дозволяє досліджувати процес спілкування не поза його творцями, а навпаки, у тісному зв'язку мовлення з людиною, її мисленням, практичною діяльністю (див., напр., праці В. Ригованової, Л. Славової, Г. Емірсуїнової, С. Застровської та ін.).

Мета статті. З огляду на це, актуальним є запропоноване дослідження, в якому за мету поставлено розгляд моделей комунікативної поведінки мовної особистості в ситуації конфлікту/суперництва.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Людина невід'ємна від мови, мовлення, комунікації з іншими. На поведінку мовної особистості у діалозі — конфліктному чи гармонійному — впливають соціально-психологічні характеристики, гендерний і віковий фактори, потреби, звички, спосіб мислення, а також стосунки між співрозмовниками. У соціології, психології та конфліктології на основі зазначених характеристик виділяють конструктивний, конформний, деструктивний (у ситуаціях міжособистісної комунікації в межах однієї лінгвокультури) [1, с. 113-116; 2] і маргінальний (у ситуаціях внутрішнього конфлікту у процесі міжкультурного спілкування) [1, с. 119] типи мовної особистості. З погляду лінгвістики, вони співвідносяться з такими комунікативними типами, як кооперативний, конформістський, центрований і конфліктний [6], що виділяються у дискурсі залежно від «настанови на співпрацю/кооперацію; настанови на самоусунення/невтручання;

настанови на конфлікт/конфронтацію» [8].

Аналізуючи конструктивного/кооперативного (або, у типології В. С. Третьякової, гармонійного) мовця, насамперед, зазначають його зорієнтованість на співрозмовника, на продовження гармонійних стосунків із ним, на конструктивне вирішення конфліктних ситуацій. Представник конструктивної моделі поведінки «відрізняється витримкою та самовладанням, доброзичливим ставленням до суперника; такий мовець відкритий і щирий, лаконічний і небагатослівний у спілкуванні» [2].

Кооперативний тип особистості буває двох підтипів: конформіст та актуалізатор. Для людей конформістської моделі поведінки у конфлікті властива непослідовність в оцінках, судженнях і вчинках; така особистість пасивна, схильна до поступок, а тому легко погоджується з думкою суперника, «тікає» від його гострих питань [2]. Інакше кажучи, кооперативно-конформна мовна особистість характеризується страхом прямої конфронтації, через що погоджується із співрозмовником, навіть якщо не поділяє його погляд на предмет розмови («одягає» т. зв. «маску згоди»).

Кооперативно-актуалізаторська мовна особистість не просто демонструє у дискурсі згоду/псевдозгоду із діалогічним партнером, а намагається поставити себе на місце співрозмовника й проявляє повагу до його думки навіть при суттєвих розходженнях у поглядах [7, с. 9, 12-14]. З цього випливає, що кооперативно-актуалізаторський підтип мовленнєвої поведінки, з його одночасною орієнтацією на партнера і на себе, відображає вищий рівень комунікативної компетенції людини.

Схожий, але дещо видозмінений погляд на зорієнтовану до порозуміння мовну особистість має В. С. Третьякова, яка виділяє гармонійний (або кооперативний) та конформний (з його пасивно-конформним і кооперативно-конформним підтипами) різновиди [8]. На думку дослідниці, «результат взаємодії людей пасивно-конформного типу однозначно визначити неможливо: їхній контакт може відбуватися як у зоні гармонійної взаємодії, так і дисгармонійної, залежно від збігу інших комунікативних обставин, зокрема комунікативної настанови іншого суб'єкта» [9, с. 224]. Однак, у діалозі конформістська настанова не гарантує безконфліктності. Через свою схильність легко піддаватися впливу та навіюванню [4, с. 70], пасивність і поступливість модель конформної поведінки «небезпечна, тому що люди цього типу об'єктивно сприяють чужим агресивним проявам» [8].

Саме надлишковий конформізм, при якому «спостерігається безпринципна поведінка, що підпадає під вплив випадкових обставин, коли власну думку, позицію, вчинки намагаються будь-що пристосувати до поглядів і вчинків оточуючих» може призводити, на думку Г. В. Ложкіна та Н. І. Пов'якель, до виникнення конфліктних ситуацій [4, с. 69-70] й ускладнення стосунків із мовцем-опонентом. Причина цього в тому, що, побоюючись конфронтації та уникаючи її фізично і/або емоційно, учасник дискурсу «тікає» від реального вирішення конфлікту й позбавляє себе можливості брати участь у подальшому розвитку ситуації. Разом із тим, конформістська модель поведінки «в інших випадках ... може зіграти і позитивну роль: поступка, компроміс — найкращий спосіб зупинити конфлікт» [8].

Носії центрованого типу — це комуніканти, що ігнорують у діалозі інших учасників, оскільки або не спроможні пристати до позиції співрозмовника (активно-центрований підтип), або «уходять у себе», що виражається в невідповідності обраних мовцем тактик й умов спілкування та комунікативних інтенцій адресата (пасивно-центрований підтип).

На відміну від аналізованих вище типів мовної особистості, конфліктно-зорієнтований (або деструктивний за соціальними показниками й грубостатистичний/непластичний за психологічними показниками) мовець сам шукає «комунікативного бою» із співрозмовником, відкрито вступає в «словесну боротьбу» й суперництво. Конфліктність для цього учасника дискурсу — це зумовлена особливостями характеру постійна ознака поведінки; а конфронтаційні стосунки з іншими для людей є своєрідним катарсисом, розрядкою, що сприяє психологічному здоров'ю їхнього організму.

Так само, як і кооперативний тип, конфліктна мовна особистість зазнає подальшого членування й представлена ширшою класифікацією підтипів, а саме: емоційно- або раціонально-/цілеспрямовано-конфліктний, ситуативно-конфліктний, перманентно-конфліктний, конфліктно-

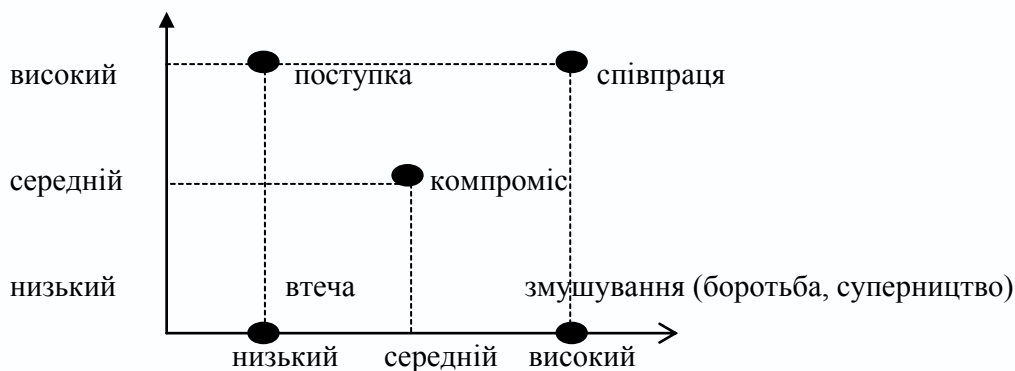
агресивний, конфліктно-маніпуляторський, демонстративно- або приховано-конфліктний та ін.

Конфліктність особистості і властивий їй типовий стереотип поведінки у процесі спілкування тісно пов'язаний із *акцентуаціями* характеру, тобто перебільшеним розвитком окремих характерологічних ознак на шкоду іншим, у результаті чого погіршується взаємодія з оточуючими, провокуються конфліктні ситуації та інциденти [4, с. 76-77]. Зокрема, К. Леонгард виділяє 12 видів акцентуацій характеру, кожна з яких зумовлює певний тип конфліктної поведінки: гіпертимічний, дистимічний, циклоїдний, емотивний, демонстративний, збудливий, «застрагаючий», педантичний, тривожний, екзальтований, інтро- та екстравертований [3].

Представники кооперативного, конформістського та конфліктного типу мовних особистостей обирають різні стратегії та стиль поведінки в конфліктному дискурсі, що продиктований фактором їхньої зорієнтованості на «свої» та «чужі» інтереси; інакше кажучи, чи зацікавлені учасники конфлікту лише у власній вигоді, чи враховують інтереси мовця-опонента. Орієнтація *на* або *проти* співрозмовника змушує мовців-опонентів оцінювати і співвідносити власні інтереси та інтереси суперника, ставлячи собі питання: «Що я виграю...?», «Що я втрачу...?», «Яке значення має предмет суперечки для мого суперника...?» тощо. На основі такого аналізу комуніканти свідомо обирають ту чи іншу стратегію поведінки: співробітницьку (проблемно-вирішувальну), бездіяльнісну (ухильну), поступливу (компромісну), суперницьку (протиборську / змушувальну) [4, с. 152; 5, с. 68]. Якщо відображення цих інтересів відбувається несвідомо, поведінка в конфлікті насичена емоційною напругою та має спонтанний характер.

Фактор орієнтації учасників конфронтації на власні інтереси та інтереси мовця-суперника ліг в основу широко відомої у конфліктології моделі стратегій поведінки особистості в конфлікті К. Томаса і Р. Кілмена. У цій моделі оцінка інтересів у конфлікті виступає якісною характеристикою обраної поведінки, що співвідноситься з кількісними параметрами: низьким, середнім або високим рівнем спрямованості на інтереси. Графічно двохвірну модель стратегій поведінки в конфлікті Томаса-Кілмена можна зобразити так:

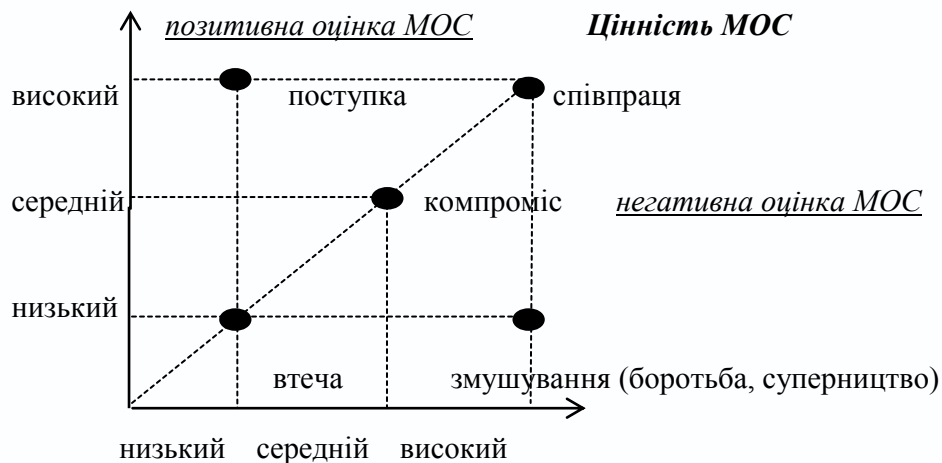
Рівень спрямованості на інтереси суперника



Рівень спрямованості на власні інтереси

Аналізована двохвірну модель легко перетворюється на трьохвірну завдяки критерію «цінність міжособистісних стосунків» (МОС) [2] і схематично має такий вигляд:

Рiвень спрямованостi на iнтереси суперника



Рiвень спрямованостi на власнi iнтереси.

Стратегiя спiвробiтництва (або проблемно-вирiшувальна [4, с. 152]), характерна для кооперативної мовної особистостi та знаходить свiй вияв у тактиках згоди, пiдтакування, прояву спiвчуття, утiшення, комплiменту та iн. Цiй стратегiї властивий високий рiвень спрямованостi як на власнi iнтереси, так i на iнтереси суперника, а тому вона реалiзується не лише на основi балансу iнтересiв, але й на визнаннi цiнностi мiжособистiсних стосункiв.

Оскiльки стратегiя спiвробiтництва забезпечує взаємне задоволення iнтересiв мовцiв, вiдображає намир учасникiв конфлiктного дискурсу спiльними зусиллями вирiшити проблему, що виникла, вона вважається найпродуктивнiшою у врегулюваннi протирiч i конфронтацiї та однiєю з найскладнiших, бо вимагає спецiальної пiдготовки учасникiв примирення та наявностi достатньої кiлькостi часу. Крім того, спiвпраця стає неможливою, якщо предмет конфлiкту є життєво значущим для одного чи обох учасникiв дискурсу; у цьому випадку радше йдеться про вибiр мовцями-опонентами боротьби та суперництва за вiдстоювання власного погляду на обговорювану проблему. Спiвпраця можлива лише тодi, коли складний предмет конфлiкту допускає маневр iнтересiв учасникiв-суперникiв, забезпечуючи їх спiвiснування в межах проблеми, що виникла, i розвитку подiй у сприятливому напрямку.

Стратегiя спiвпрацi включає в себе й iншi стратегiї (уникнення, поступку, компромiс, протиборство). При цьому iншi стратегiї в складному процесi спiвпрацi виконують пiдрядну роль, вони бiльшою мiрою виступають психологiчними факторами розвитку взаємостосункiв мiж суб'єктами конфлiкту. Напр., протиборство може бути використане одним з учасникiв конфлiкту як демонстрацiя своєї принципової позицiї в адекватнiй ситуацiї.

Стратегiя уникнення (стратегiя бездiяльностi [4, с. 152]), що полягає в намаганнi вийти з конфлiкту, «не вирiшуючи його, не поступаючись, але й не наполягаючи на своєму» [4, с. 149], властива для мовної особистостi конформiстського типу. Стратегiя уникнення та вiдповiдний стиль поведiнки в конфлiкті реалiзується тодi, коли людина не вiдстоює свої права, не спiвпрацює нi з ким для вироблення рiшення проблеми або ж просто уникає вирiшення конфлiкту [4, с. 149] та реалiзується в певних тактиках i прийомах, а саме: «мовчання; демонстративне й ображене усунення; прихований гнiв; депресiя; iгнорування кривдника; уїдливі зауваження про «них» i у «них» за спиною; перехiд на суто дiловi стосунки; iндиферентне ставлення; цiлковита вiдмова вiд дружнiх або дiлових стосункiв зi стороною, що провинилася» [4, с. 150].

Стратегiя уникнення — це своєрiдна втеча вiд конфлiкту, поступка дiалогiчному партнеру, причому обопiльна, оскiльки характеризується низьким рiвнем спрямованостi i на власнi iнтереси, i на iнтереси суперника. Подвiйний/промiжний характер цiєї стратегiї полягає в тому, що вона може бути однаково ефективною та неефективною стратегiєю комунiкативної поведiнки в конфлiкті, оскiльки або вичерпує конфронтацiю, або спричинює її рецидив. У першому випадку йдеться про взаємодiю, в якiй предмет конфлiкту не має суттєвого значення

для обох мовцiв та адекватно вiдображений в образах конфлiктної ситуацiї. У другому випадку предмет суперечки має важливе значення для одного або обох учасникiв, але занижений в образах конфлiктної ситуацiї, тобто суб'єкти конфлiктної взаємодiї сприймають предмет конфлiкту як несуттєвий. I у першому, i у другому випадках, «мiжособистiснi стосунки ... не пiддаються серйозним змiнам» [2].

Стратегiя поступливостi знаходить свiй вияв у пристосуванні (поступцi) та компромiсi. Пристосування — це стратегiя згладжування протирiч, своерiдна поступка власними iнтересами заради порозумiння й повернення стосункiв у доконфлiктний стан. У ситуацiї пристосування, мовець не намагається вiдстоювати власнi iнтереси i пристає на всi вимоги співрозмовника. Як бачимо, поступка, як своерiдний намiр уникнути конфлiкту, є дещо вiдмiнною вiд загальної стратегiї уникнення, оскiльки характеризується низькою спрямованiстю на власнi iнтереси й високою оцiнкою iнтересiв суперника. Йдеться, радше, про «жертвування» власними iнтересами на користь iнтересiв дiалогiчного партнера.

Однак поступка не завжди призводить до уникнення/розв'язання конфронтацiйної ситуацiї. Насамперед, перемир'я неможливе, якщо: по-перше, поступка є лише тактичним кроком (спробою ввести співрозмовника в оману) на шляху досягнення основної мети мовця i насправдi виступає тактикою рiшучої боротьби за перемогу в «комунiкативному бою»; по-друге, поступка, зумовлена неадекватною оцiнкою предмету конфлiкту (заниження його цiнностi для себе), може набувати статусу самообману й, вiдповiдно, не здатна вирiшити конфлiкт; по-третє, вибiр поступки, як домiнанти стратегiї власної комунiкативної поведiнки, може зумовлюватися iндивiдуально-психологiчними особливостями учасника дискурсу. Зокрема, йдеться про конформiстську особистiсть i конфлiктну особистiсть «безконфлiктного» типу, вибiр якими стратегiї поступки «може надати конструктивному конфлiкту деструктивної спрямованостi» [2].

Незалежно вiд описаних вище моментiв, ефективнiсть поступки має місце лише тодi, коли умови для вирiшення конфлiкту ще «не визрiли». У цьому випадку поступка призводить до перемир'я i виступає важливим етапом на шляху вирiшення конфлiктної ситуацiї. Дослiдники вiдзначають також схожiсть стратегiї поступки та змушування; спiльним є, насамперед, вибiр мiж цiнностю предмету конфлiкту i цiнностю мiжособистiсних стосункiв. На вiдмiну вiд стратегiї боротьби, у стратегiї поступки прiоритет надається останнiм.

Взаємнi поступки як спiсiб врегулювання конфлiктної ситуацiї отримали назву компромiсу, що характеризується балансом iнтересiв мовцiв-суперникiв на середньому рiвнi. Ефективнiсть цiєї стратегiї полягає в тому, що, по-перше, вона не псує мiжособистiснi стосунки учасникiв дискурсу i, по-друге, сприяє iхньому позитивному розвитку. Це означає, що поняття «компромiс» за своiм змiстом наближається до поняття «консенсус», оскiльки i компромiс, i консенсус — це взаємнi поступки суб'єктiв соцiальної взаємодiї, а отже, вони мають схожi правила i механiзми досягнення порозумiння в соцiальнiй практицi.

Цiкаво, що компромiсна стратегiя поведiнки стає ефективним способом регулювання i вирiшення конфлiктiв навiть при змiнi обставин, що спричинили напруження стосункiв мiж мовцями. Напр., два свiвробiтники претендували на одну й ту саму посаду, що мала стати вакантною за пiвроку; однак, через три мiсяцi її скоротили, а отже, зник i предмет конфлiкту.

Однак, компромiсна стратегiя поведiнки в конфлiктному дискурсi (або стратегiя взаємної поступки), так само, як i одностiчна поступка, може бути неефективним способом примирення. Це вiдбувається у таких випадках, як: 1) компромiс був досягнений без скрупульозного аналізу iнших/альтернативних варiантiв вирiшення конфлiкту; 2) компромiс був лише промiжним етапом на шляху пошуку прийняттого вирiшення проблеми конфлiкту, а не способом її вирiшення; та 3) компромiс використовується одним iз мовцем у корисливих цiлях, тобто коли вiн «роздуває» (перебiльшує) свою позицiю, аби потiм здаватися великодушним, або ж «здає» свої позицiї (поступається) набагато швидше за iншого учасника конфлiкту.

У дiалозi компромiс може набувати активної чи пасивної форм: активна форма проявляється в укладаннi угоди, прийняттi певних зобов'язань тощо; пасивний компромiс — це вiдмова вiд активних дiй для досягнення певних взаємних поступок у тих чи iнших умовах. Iнакше кажучи, у конкретних умовах перемир'я може бути забезпечене пасивнiстю суб'єктiв конфлiктної взаємодiї. У попередньому прикладi компромiс мiж двома свiвробiтниками полягав

у тому, що нiхто не чинив ани прямих, ани непрямих активних дiй стосовно один одного. Через три мiсяцi посада, на яку вони претендували, була скорочена, кожен залишився при своїх iнтересах, а вiдсутнiсть непотрiбних «баталiй» дозволила зберегти мiж ними нормальнi стосунки.

Стратегiя суперництва/боротьби/змушування [2; 4, с. 152] притаманна учасникам дискурсу, якi високо оцiнюють власнi iнтереси у конфлiктi та низько — iнтереси мовця-суперника. Вибiр на користь «комунікативної» боротьби є характерною ознакою деструктивної поведiнки в дiалозі, оскiльки орієнтується на силу влади, закону, зв'язкiв, авторитету та iн. Разом з тим боротьба є доречною, а отже, виконує позитивну функцiю, у таких випадках, як: 1) захист власних iнтересiв вiд зазихань iншої конфлiктно-орiєнтованої особистостi (мiжособистiсна взаємодiя); 2) загроза iснування органiзацiї чи колективу, що часто має місце при реформуваннi органiзацiйно-штатної структури (групова взаємодiя) [2].

У дискурсі стратегiя «комунікативної боротьби» знаходить свiй вияв у домінуваннi та активному впливу на свiврозмовника, використаннi негативних засобiв стимуляцiї розмови, зосередженостi у висловлюваннях на себе, навішуваннi ярликiв, конфлiктному зiткненнi iнтенцiй, глибоких та iнтенсивних емоцiях, швидкому iх виникненнi, вiдхиленнi вiд комунікативних норм [9, с. 228]. Мовленневими тактиками у ситуацiї конфлiкту виступають: iнвектива/образа, пiддрочування, звинувачення, iронiя, погроза, провокацiя, наклеп, докiр та iн. [9, с. 233]. При цьому використання агресивних тактик супроводжується оцiнками достовiрностi повiдомлюваної iнформацiї, переконливостi рольової поведiнки мовця, iнтелектуальних здiбностей, моральних якостей, характеру та вчинкiв свiврозмовника тощо [9, с. 224].

Окрiм вибору тiєї чи iншої стратегiї комунікативної поведiнки в конфлiктних ситуацiях, важливу роль виконує досвiд мовцiв у вирiшеннi проблем та знання моделей поведiнки. Все це - суттєвий фактор, що дозволяє попередити розвиток конфлiктiв, перехiд iх в екстремальнi i крайнi емоцiйнi форми, а також знизити вiрогiднiсть розвитку мiжособистiсних i мiжгрупових конфлiктiв [4, с. 66].

Цiлком очевидно, що представлена вище класифікація мовної особистостi, так само i вибiр стратегiчної комунікативної поведiнки, є досить умовними, оскiльки «реальна поведiнка особистостi в конфлiктi не зводиться тiльки до одного з зазначених стилiв, а мiстить тiєю чи iншою мiрою елементи усiх стилiв поведiнки» [5, с. 70], так само, як i немає цiлковитих конформiстiв або конфлiктних людей. Ми погоджуємося з тимось не лише тому, що подiляє чужий погляд/думку, але й тому, що поважаємо i любимо свiврозмовника, задоволенi умовами способом i ситуацiєю комунікацiї «тут i тепер». Так само конфлiктною людиною може бути завжди або час вiд часу (у певних ситуацiях спiлкування, з певними людьми, на певнi теми тощо). Тому конформiзм i конфлiктнiсть мають ситуативну та характерологiчнi передумови. Саме тому у конфлiктологiї прийнято розрiзняти поняття «конфлiктна особистiсть» (що передбачає пiдвищену готовнiсть особистостi до конфлiктiв та iх продукування) i «конфлiктнiсть особистостi» (що характеризує рису характеру чи iхнiй комплекс як iнтегративну особистiсну властивiсть, що рiзниться частотою виникнення конфлiктiв i участь у них людини) [4, с. 66].

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвiдок. Отже, найбажанiшою моделлю комунікативної поведiнки у конфлiктi визнається конструктивна, найгiршою, i це цiлком очевидно — деструктивна. Конформiстська модель є промiжною мiж зазначеними вище моделями поведiнки. У випадку, коли вона сприяє агресивностi суперника або провокує її, модель конформiста по сутi є деструктивною. У випадку, коли протирiччя мовцiв-опонентiв несуттєвi, конформiстська поведiнка зумовлює швидке вирiшення конфлiкту, а отже, є конструктивною. Комунікативна поведiнка центрованого типу особистостi тяжiє до деструктивної моделi, оскiльки її представник схильний до самовтечi й самоусунення вiд спiлкування зi свiврозмовником. Перспективним є дослідження взаємозв'язку моделей комунікативної поведiнки мовцiв з iх гендерними та вiковими особливостями, а також iз урахуванням соцiального й комунікативного статусу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дмитриев А. В. Конфликтология : учебное пособие / Дмитриев А. В. — М. : Гардарики, 2000. — 320 с.
2. Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии / Емельянов С. М. — СПб.: Изд-во «Питер», 2009. — 384 с.
3. Леонгард К. Акцентуированные личности / Леонгард К. — К.: Выща шк., 1981. — 390 с.
4. Ложкин Г. В. Практическая психология конфликта : учеб. пособие / Г. В. Ложкин, Н. И. Повякель. — 2-е

изд., стереотип. — К., 2002. — 256 с.

5. Пірен М. І. Конфліктологія : підручник / Пірен М. І. — К.: МАУП, 2003. — 360 с.
6. Седов К. Ф. Портрети языковых личностей в аспекте их становления (принципы классификации и условия формирования) / Седов К. Ф. // Вопросы стилистики : Межвуз. сб. науч. тр. — Саратов, 1996. — Вып. 28. — С. 3-29.
7. Седов К. Ф. К основаниям индивидуальных различий (о принципах ролевого портретирования) / Седов К. Ф. // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. — Саратов, 2007. — Вып. 7. — С. 6-29.
8. Третьякова В. С. Конфликт глазами лингвиста / Третьякова В. С. // Юрислингвистика — 2 : русский язык в его естественном и юридическом бытии. — Барнаул, 2000. — С. 127-140.
9. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Вера Степановна Третьякова. — Екатеринбург, 2003. — 301 с.

Войцеховская Н. Модели коммуникативного поведения в конфликтном дискурсе.

Модели коммуникативного поведения в диалоге конфликтной направленности проанализированы в связи с типологией языковой личности, а именно: кооперативным (конструктивным), конформистским, центрированным и конфликтным (деструктивным) типами. Установлено, что стратегия сотрудничества связана с кооперативной языковой личностью и проявляется в тактиках согласия, поддакивание, сочувствия, утешения, комплимента и т.д. Типичная для конформиста стратегия избегания реализуется в уступке и компромиссе. Стратегия соперничества является характерным признаком деструктивного поведения в диалоге, речевыми тактиками которого выступают обида, обвинение, ирония, угроза, провокация, клевета, упрек и др.

Ключевые слова: конфликтный дискурс, языковая личность, модель поведения, стратегия, сотрудничество, компромисс, самоустранение.

Voitsekhivska N. Models of Communicative Behavior in Conflict Discourse.

Models of communicative behavior in the conflict dialogue are established in a connection with the typology of communicative identity/personality: cooperative (constructive), conformist, centered and conflict (destructive) types. It is determined that the strategy of cooperation relates to cooperative linguistic identity and finds its expression in tactics of consent, confirmation, compassion, consolation, compliment etc. Strategy of avoiding (typical for a conformist) is realized in concession and compromise. Competitive strategy is the hallmark of the destructive behavior model, speech tactics of which are abuse, accusation, irony, threat, provocation, slander, reproach and others.

Key words: conflict discourse, linguistic identity, language/speech personality, models of communicative behavior, strategy, cooperation, compromise, withdrawal.

Оксана Волошина
(Вінниця)

УДК 811.111'373

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СЕНСОРНОЇ ЛЕКСИКИ В РОМАНІ О. УАЙЛЬДА «ПОРТРЕТ ДОРІАНА ГРЕЯ»

У статті представлено аналіз стилістичних особливостей використання сенсорної лексики в романі О. Уайльда «Портрет Доріана Грея». Чуттєве сприйняття є одним з основних джерел пізнання навколишнього світу. Світ сприймається спочатку органами відчуттів, а потім здійснюється його категоризація з опорою на власний досвід та стереотипи національної культури. Семантичне поле відчуттів є одним із найпоширеніших у мові. Це пояснюється тим, що суб'єктивний досвід людини базується на інформації отриманій з допомогою п'яти органів відчуттів: зору, слуху, дотику, сприйняття на нюх та смак. Принцип цілісного сприйняття художнього твору не виключає потреби звертати увагу на його окремі складові частини. У сучасному мовознавстві порівняно новим напрямком у вивченні художнього тексту є виявлення функціонального навантаження його елементів. Визначення явних та неявних смислів, що виникають у результаті їх семантичної взаємодії з іншими елементами тексту, їх ролі у змістовій структурі тексту, віддзеркалення авторського ставлення до того, що повідомляється, до авторської мети, що розкривається у художніх образах. Жанру «естетичного» роману притаманне

використання сенсорної лексики, а саме багата палітра кольорів, значна кількість одоративних образів, різномайття звукових образів. Ця лексика виконує певні стилістичні функції.

Ключові слова: лексика сприйняття, зорове сприйняття, чуттєве сприйняття, лексика смаку, густативні лексичні одиниці, сприйняття на нюх, одоративна лексика, тактильна лексика, стилістичні особливості, сприйняття на слух, жанр естетичного роману.

Постановка наукової проблеми. Сенсорна лексика є одним з основних засобів репрезентації авторської мовної картини світу. Текст художнього твору являє собою багатомірну змістову єдність, в якій віддзеркалюється психологія письменника, де реалізується в літературній формі ідея, а також відображається унікальне явище людської свідомості – мова, яка через системно-функціональні, семантичні, стильові, стилістичні й інші організації розкриває національну та індивідуально-лінгвістичну концептуальну картину світу. Сенсорна лексика – це залишені митцем слова вузькі шпарини, крізь які гнучкий розум читача проникає у внутрішній світ автора. Тому вважаємо за необхідне розглядати цей лексичний пласт як одну з семантичних домінант прозового твору.

Джерельною базою нашої статті послужив роман О. Уайльда «Портрет Доріана Грея». Для творів О. Уайльда характерний імпліцитний спосіб викладу. Широко використаний прийом парадоксу посилює імпліцитність змісту, що робить «інтелектуальний» роман тяжким для інтерпретації. Невипадково спостерігаються різні думки у критиків, читачів в оцінці творів у цілому, окремих героїв, визначенні авторського концепту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонування сенсорної лексики в художньому дискурсі неодноразово було об'єктом наукових пошуків як вітчизняних, так і зарубіжних науковців (Ю. Д. Апресян, М. М. Борисенко, А. Вежбицька, В. Виноградов, І.В. Гайдаєнко, І. М. Деєва, Р. Зорівчак, В.А. Кухаренко, Н. В. Моїсеєва, Н. Ф. Пелевіна, О.Потебня, Т. І. Шхвацабая).

Актуальність теми дослідження визначається сучасними вимогами до передачі не лише змісту й ідей художнього твору, а й оптимального відтворення його стилістичних якостей, мікрообразу. Адже, як зазначає науковець Зорівчак Р.П., принцип цілісного сприйняття художнього твору не виключає потреби звертати як найприскіпливішу увагу на його окремі складові частини.

У сучасному мовознавстві порівняно новим напрямком у вивченні художнього тексту є дослідження стилістичної вагомості так званих «стилістично-нейтральних» лексичних одиниць, які набувають додаткових відтінків у значенні в результаті взаємодії в синтагматичному ланцюзі з іншими лексичними одиницями.

Метою нашої статті є вивчення стилістичних особливостей використання сенсорної лексики в художньому дискурсі зокрема в романі О. Уайльда «Портрет Доріана Грея».

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Одним з нових напрямів дослідження в області теорії художнього тексту є виявлення функціонального навантаження його елементів, визначення явних та неявних смислів, що виникають як результат їх семантичної взаємодії з іншими елементами тексту, їх ролі у змістовій структурі тексту, віддзеркалення авторського ставлення до того, що повідомляється, до авторської мети, що розкривається в художніх образах. Предметно-чуттєва форма, що представлена у відчуттях, лежить в основі художнього образу О. Уайльда (1854 – 1900) – один із лідерів ідейної течії естетизму.

У відповідності до свого естетичного кредо – вносити красу у щоденне життя, літературу, мистецтво, він створив особливий «декоративний» стиль розповіді. У світі багатства ретельно описуються інтер'єри, одяг, дорожочінності та прикраси, дерева і квіти в прекрасних садах: стиль опису відрізняється своєю розкішністю. Там, де показується світ бідних, зникає декоративність – зникає дорожочінне каміння, благородні метали, квіти, але і в описі цього світу зберігається краса стилю – живописність розповіді, лаконічність, точність та ідеальність форми.

Сенсорна лексика має великі експресивні можливості і набуває різноманітних контекстуальних доповнень смислу завдяки чому збільшується роль сенсоризмів у формуванні змістово-концептуальної та підтекстової інформації, що робить їх важливим засобом творення художньої образності.

Відповідно до п'яťох видів чуттєвого сприйняття поле ділиться на п'ять мікрополів якості, що сприймається зором, слухом, дотиком, нюхом та смаком, контитуентами яких відповідно є світло/кольоропозначення, звукопозначення, тактильна лексика, одоризми, смакопозначення. Відправним пунктом аналізу втілення автором свого чуттєвого світосприйняття у межах художнього тексту можна вважати використання кольорової лексики. Найсильніше людське відчуття – бачення навколишнього світу в кольорі. Кольорові образи роблять помітним те, що неможливо виразити за допомогою слів: настрої, відчуття, невиразні, розмиті думки та ін.

Аналіз роману О. Уайльда «Портрет Доріана Грея» показав, що насиченість тексту сенсорною лексикою в цілому висока – 160 одиниць у 852 використаннях, що складає 4 використання на 1 сторінку.

Зазвичай, найбільше використовуються такі світло позначення *dark, light, bright, pale, shadow, gleam, glitter, dim*. У зв'язку з тим, що в тексті роману ціла «симфонія кольору», доцільно приділити цій лексичній групі особливу увагу. Найбільше вживаються (від 49 до 5 вживань): *white (49), red (36), black (26), green (24), blue (23), yellow (20), scarlet (19), golden (22), purple (13), pink (9), grey (7), brown (6), crimson (5)*.

Звукопозначення значно відрізняються різноманітністю її семантичної структури. Тут людські голоси, голоси природи (птахів, тварин та інші звуки): *whisper, murmur, sigh, cry, laugh, hiss, sob, weep, group, scream, yell, moan, shriek, whisper, whine, whistle, warble, buzz, chirrup, sing, crash, tick, rattle, creak, roar, etc.*

У романі 40 вживань позначень відсутності звуку, тиші словами *still, stillness, silent, silence*. У романі надзвичайно багато тактильної лексики. Це 12 одиниць – *cold, cool, hot, warm, wet, damp, icy, chill, dank, shimmy, heat, coldness* в 48 використаннях. Багато також і одоризмів: *perfume, scent, aroma, fume, aromatic, odorous*, сполучень з іменниками *odor* та *smell*, що передають значення запаху через його носія. Смакопозначень – 2: *bitter* та *sweet*.

Кольоропозначення не мають інгерентної оцінної характеристики, але вони легко набувають її в контексті. Зазвичай, як будь-який письменник, Оскар Уайльд опирається на традиційну символіку кольору під час опису героїв.

Найбільша кольорова палітра у головного героя Доріана Грея. У описанні його зовнішності багатократно і у різноманітних варіантах вживається колір волосся, очей, лиця і губ: *gold hair, golden hair, gold on the hair, golden head, gilded threads, blue eyes, red lips, scarlet lips, the scarlet of his lips, scarlet mouth, ivory, a richer rose of his face, lilies and roses, etc.* Прийом багаторазового повтору створює символ юнацької краси. У тому ж контексті постійно використовуються не кольорові оцінні епітети: *charming, beautiful, exquisite, wonderful, lovely, marvelous, fascinating*.

Доріан цікавився красивими речами, він вивчає, колекціонує дорогоцінне каміння. Тут ми знаходимо багату палітру кольорів і красок. Лорд Генрі – холодний, розумний цинік, під впливом якого Доріан Грей стає на трагічний шлях самознищення. Кольорова палітра цього оточення яскрава: *purple, silver, cream-coloured, gilt, apricot-colored*. Це кольори розкішного інтер'єру. В описі його зовнішності ми знаходимо: *brown agate eyes, pointed brown heart, olive-colored, white hands, yellow face, yellow gloves*.

Грецьке ім'я Доріан означає «доричний», «еллінський». За словами філософа Н. Бердяєва для еллінської свідомості сприйняття світу характерним було бачення гармонійного стану в його незмінності [2, с. 22 – 23].

Кольорова палітра Сибіли Вейн – *white, blue, green, scarlet (lips), rose, violet (eyes), gold, ivory* – символізує чистоту, чесність, молодість, недосвідченість, довірливість, свіжість, красу. Більшість звукопозначень – це звуки людського голосу, мало звуків природи, інших звуків. Переважають звуки відносно неголосні: *murmur, whisper, sigh*.

По відношенню до емоційної ознаки «приємний/неприємний» можна відмітити, що позитивною оцінкою характеризуються небагато звуків: це *sing, chirrup*, більше звукопозначень з негативною інгерентною конотацією *sob, weep, groan, scream, shriek, yell, brawl, moan, whine, roar, etc.* У тексті звукопозначення нерідко втрачають свою інгерентну ознаку, отримуючи іншу.

Так, наприклад, часто вживане *cry*, що вводить пряму мову, втрачає значення гучності, отримуючи значення «стурбованості» тощо.

Характерно для стилю О. Уайльда використовувати для вираження стану героя, а часто для загальної характеристики лица, робити акцент на специфічних рисах його голосу. Так, наприклад, у «чародія» лорда Генрі: *There was something in his low, laughing voice that was absolutely fascinating* [8, p. 26]; *his low, musical voice* [8, p. 23]; *slow, melodious voice* [8, p. 79]; у леді Брендон – *curiously shrill voice*; у Сибілі – *low with deep mellow notes*.

Суто негативну оцінку часто набувають слова *murmur*, *whisper* та ін., що характеризують стиль мови представників вищого світу, до яких автор ставиться іронічно: *I remember ...and hissing into my ear, in a tragic whisper which must have been perfectly audible to everybody in the room* [8, p. 13].

Таким чином, звуки людського голосу, що виражені як самостійними звукопозначеннями, так і семантичною домінантою звуку людського голосу *voice* поєднанні зі словами, які експліцирують комунікативно-значимі голосові модуляції (гучності, тембру, висоти тону, особливості артикуляції) можуть слугувати фізичними, емоційно-психологічними, іноді, навіть соціальними маркерами особистості.

Насиченість тексту тактильною лексикою в «Портреті Доріана Грея» значна. Позитивну конотацію несуть *cool* та *warm*, наприклад: *Lord Henry went out to the garden, and found Dorian Gray burying his face in the great cool lilac-blossoms* [8, p. 25]; *His kiss burned again upon her mouth. Her eyelids were warm with his breath* [8, p. 63]; *It was a lovely mouth, so warm...* [8, p. 21].

Dry залишається нейтрально-оціночним в поєднанні *dry brushes as soon as you are dry* [8, p. 32], але набуває негативну емоційну оцінку в *her dry lips twitched with a spasm of pain* [8, p. 64]. *Cold* має негативну оцінку у всіх 13 вживаннях, наприклад: *A cold rain begun to fall, and the blurred streetlamps looked ghastly in the dripping mist* [8, p. 180].

Негативно-оцінні у тексті слова *chill*, *hot*, *damp*, *wet*, *icy*, *slimy*. У *chill*, *chilly*, *slime*, *slimy* негативна концентрація присутня у словниковому значенні, інші одиниці набули її у контексті. Загалом можна відмінити, що тактильна лексика використовується у повній відповідності з їх традиційним «силовим полем».

Широко представлено в романі О. Уайльда мікропіле запаху. Перш за все це приємні запахи квітів, кустарників, ароматичних речовин. Ступінь насиченості запаху виражається словами *faint*, *rich*, *heavy*. Тут ми знаходимо: *a faint odor of frangipani*, *rich, odor of roses*, *heavy scent of the lilac*, *heavily scented oils*, *odorous guns*, etc.

Палітра запахів розширюється за рахунок назв речовин рослин, що мають специфічний запах. Вивчення впливу запахів на настрій, стан людини – одне з улюблених занять Доріана і наполовину сторінки представлений «трактат» про вплив запахів речовин та рослин на стан людини. Якість тут передається безпосередньо через носія ознаки: *musk*, *francincence*, *ambergris*, *violets*, *champak*, *spikenard*, *hovenia*, *aloes*, etc.

Із 23-х вживань одоризмів лише в трьох випадках інгерентно нейтрально оцінні *smell* та *odor* отримують негативну концентрацію неприємного: *There was a horrible smell of nitric acid in the room* [8, p. 171]; *There was a damp odor of mildew* [8, p. 152]; *The smell of the singeing clothes was horrible* [8, p. 178].

Негативні запахи пов'язані з кімнатою, в якій скоєно вбивство художника, зі спробою Доріана знищити сліди злочину. Використання лексики різноманітних семантичних мікрополів, що чуттєво сприймаються в рамках коротких уривків тексту – одна із характеристик особливостей стилю Оскара Уайльда.

Перший абзац на думку стилїстів відповідає за загальну тональність художнього твору [4, с. 123]. Логіка «декоративного» стилю вимагає внесення «гарного». Автор з самого початку вводить читача у світ до чуттєвого сприйняття – кольору, запаху, звуку та ін. Прості і чуттєві образи, отримуючи в контексті емоційно-експресивні прирости смислу, грають значну роль у створенні прекрасного образу природи, в конкретній ситуації – прекрасного саду: *The studio was filled with the rich odor of roses...and there came through the open the heavy scent of the lilac, or the more delicate perfume of the pink-flowering thorn...the gleam of the honey – sweet and honey-*

colored blossoms of a laburnum... The sullen murmur of the bees...seemed to make the stillness more oppressive. The dim roar of London was like the bourdon not of a distant organ [8, p. 7].

У художньому творі навіть пейзаж, не дивлячись на його деяку самостійність, не вільний присутності людини. Він, як правило, виражає настрій людини. Для Генрі Уоттона ця спокійна краса сумна, тиша виявляється «понурою».

Іноді мирні картини природи – початок динамічних, насичених подій. Можна, на наш погляд, розглядати так і тиху картину саду. У тишу й нерухомість пейзажу починає поступово входити рух, з'являються нові чуттєві образи: *The sunlight slipped over the polished leaves. In the grass white daisies were tremulous* [8, p. 11]; *The wind shook blossoms from the trees, and the heavy lilac-blossoms, with their clustering stars moved to and from in the languid air. A grasshopper began to chirrup by the wall, and like a blue thread a long thin dragon-fly floated past on its brown gauze wings. Lord Henry felt as if he could hear Basil Hallward's heart beating, and wondered what was coming* [8, p. 12].

Наяк на передчуття чогось страшного можна проглянути у яскраво-червоному кольорі букв, якими написано ім'я художника і чия кров ось-ось проллється. А ось сенсорні образи в самій сцені убивства: *There was a stifled groan, and the horrible sound of someone choking with blood...he could hear nothing, but the drip, drip on the threadbare carpet: black seething well of darkness; the clotted black pool (of blood). The crimson spot...gleamed, a woman began to sing in a hoarse voice; how horrible white the long hands looked. There had been a madness of murder in the air. Some red star had come too close to the earth* [8, p. 156–157].

Усі використані в даному контексті одиниці сенсорної лексики несуть емоційно-експресивну оцінку конотації, так як пов'язані з ключовим словом **blood** – кров убитої людини. Звукові образи – глухий стон, хрипіння людини, що захлинається кров'ю, звук падіння крапель крові, пляма крові у темряві, чорна, яскрава рана – прості сенсорні образи набули смислової значимість, тема вбивства отримала яскраве художнє втілення.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Жанр «естетичного» роману наклав свій відбиток на використання сенсорної лексики, що виражається в першу чергу, у надзвичайно багатій палітрі кольорів, у значній кількості одоративних образів, різноманітні звукових образів, що виконують певні стилістичні функції у тексті художнього твору. Знання символіки кольору, уміння читати художній текст, враховуючи стилістичні особливості використання сенсорної лексики для розкриття авторської мети – необхідний елемент високої культури читання художнього тексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян. – М. : Наука, 1874. – 364 с.
2. Бердяев Н. Смысл истории / Н. Бердяев. – М., 1990. – 174 с.
3. Бондарко А. В. К вопросу о перцептивности / А. В. Бондарко // Сокровенные смыслы : Слово. Текст. Культура. – М., 2004. – С. 276 – 282.
4. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 192 с.
5. Павлова Н. С. Лексика с семей «запах» в языке, речи и тексте : автореф. дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01 «Русский язык» / Н. С. Павлова. – Екатеринбург, 2006. – 19 с.
6. Потебня О. О. Эстетика і поетика слова / О. О. Потебня. – К., 1985. – 302 с.
7. Ставицька Л. Стаття крізь призму запаху / Л. Ставицька // Вісник Львівського ун-ту. Серія філологічна. – 2006. – Вип. 38. – ч. II. – С. 72 – 78.
8. Wilde Oscar. The Picture of Dorian Gray. – Kiev : Dnipro Publishers. 1978. – 212 p.

Волошина О. Стилистические особенностей использования сенсорной лексики в романе О. Уайльда «Портрет Дориана Грея».

В статье представлен анализ стилистических особенностей использования сенсорной лексики в романе О. Уайльда «Портрет Дориана Грея». Чувственное восприятие является одним из основных источников познания окружающего мира. Мир воспринимается сначала органами чувств, а затем осуществляется его категоризация с опорой на собственный опыт и стереотипы национальной культуры. Семантическое поле чувств - одно из самых распространенных в языке. Это объясняется тем, что субъективный опыт человека основывается на информации полученной при помощи пяти органов чувств: зрения, слуха, осязания, обоняния и вкуса. Принцип целостного восприятия художественного произведения не исключает необходимости обратить внимание на его отдельные составные части. В современном языкознании сравнительно новым направлением в изучении художественного текста является определение функциональной нагрузки его элементов.

Определение явных и неявных смыслов, которые возникают в результате их семантического взаимодействия с другими элементами текста, их роли в содержательной структуре текста, отражение авторского отношения к тому, что сообщается, к цели автора, которая раскрывается в художественных образах. Жанру «эстетического» романа свойственно использование сенсорной лексики, а именно богатая палитра цветов, значительное количество одоративных образов, разнообразие звуковых образов. Эта лексика выполняет определенные стилистические функции.

Ключевые слова: лексика восприятия, зрительное восприятие, чувственное восприятие, лексика вкуса, густативные лексические единицы, восприятия на обоняние, одоративна лексика, тактильная лексика, стилистические особенности, слуховое восприятие, жанр «эстетического» романа.

Voloshyna O. The Stylistic Peculiarities of Sensory Lexicon Usage in the Novel "The Picture of Dorian Gray" by Oscar Wilde.

The article deals with the analysis of stylistic peculiarities of sensory lexicon usage in the novel "The Picture of Dorian Gray" by Oscar Wilde. Sense perception is one of the main means of cognition of the world. The world is first perceived by the senses (visual, auditory, tactile, smell and taste), and then by categorization based not only on their own experiences, but on stereotypes of national culture. Sense perception has its denotation in language. Semantic field of senses is the widest in language. It is explained by the fact that subjective experience of a person is based on the information gained with the help of five organs of sense: sight, hearing, smell, taste and touch. The principle of sense integrity of work of art does not exclude the necessity to pay attention on its separate component parts. In modern linguistics comparatively new direction in learning of fiction text is the identification of functional load of its elements. The definition of evident and non-evident senses, which appear as a result of their semantic interaction with other text elements, their role in the semantic structure of the text, reflection of author's attitude to the things informed, to author's goal which is revealed in images. Usage of sensory lexicon is peculiar to genre of «aesthetic» novel, namely rich range of expression of light and colour, significant quantity of odourative images, diversity of sound images. This lexicon fulfills some certain stylistic function.

Key words: vocabulary of perception, visual perception, sensory perception, the lexis of taste gustatory lexical units, tactile lexis, odourative vocabulary, smell perception, stylistic peculiarities, sound perception, genre of «aesthetic» novel.

Ірина Головська
(Вінниця)

УДК 81'42

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В АНАЛІЗІ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ

У статті подано аналіз тлумачень термінів «інтертекст» та «інтертекстуальність» крізь призму сучасної лінгвістики, а також визначено статус теорії інтертекстуальності в системі лінгвістичних дисциплін. У короткому теоретичному огляді представлені дослідження вітчизняних та зарубіжних учених, присвячені цій проблемі. Особливу увагу звернено на окреслення перспектив застосування теорії інтертекстуальності в аналізі художніх текстів з акцентом на розрізненні понять авторська та читацька інтертекстуальність. Зокрема зазначено, що обмін інтерпретаціями між читачами і авторами є необхідною умовою проникнення в глибину змісту художнього твору. Також у статті подано порівняльний аналіз особливостей мовного вираження міжтекстової взаємодії художніх текстів із засобами вираження взаємодії текстів наукового стилю з урахуванням комунікативно-прагматичної специфіки наукової мови та мови художніх творів.

Ключові слова: інтертекст, інтертекстуальність, художній текст, інтерпретація тексту, художня комунікація, наукова комунікація.

Постановка наукової проблеми. На сучасному етапі розвитку лінгвістики категорії «інтертекст» та «інтертекстуальність» широко застосовуються для розуміння семантики, символіки та смислового поля тексту. Аналіз останніх наукових досліджень, присвячених проблемі аналізу тексту, дає можливість стверджувати, що в кожному художньому тексті

присутні елементи, які раніше використовувалися в інших текстах. Наприклад, ними можуть бути алюзії, метафори, цитати. Залежно від авторського задуму тексти, що містять подібні елементи, є стилізацією, інтерпретацією, або пародіюванням чужих текстів. Чужий і авторський тексти вступають у взаємозв'язки на різних рівнях. Явище схрещення, контамінації текстів двох і більше авторів, дзеркального відображення словесних виразів прийнято називати інтертекстом. У цьому сенсі практично будь-який текст може бути названий інтертекстом. Актуальність теми статті обумовлена ситуацією зростання інтересу до дослідження інтертекстуальних зв'язків у художньому тексті.

Метою статті є узагальнення основних підходів до розуміння терміну «інтертекстуальність» на даному етапі розвитку мовознавчої науки, визначення статусу теорії інтертекстуальності в системі лінгвістичних дисциплін, а також окреслення перспектив застосування теорії інтертекстуальності в аналізі художніх текстів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи лінгвістичних досліджень інтертекстуальності були закладені працями представників постструктуралістської школи Ю. Крістевою і Р. Бартом та семіотичної школи М. Риффатером і Дж. Калером. У сучасній лінгвістиці інтертекстуальність розглядають як текстову категорію (Р. Богранд, О. Веселовський, О. Воробйова, У. Дресслер, О. Потебня), як передумову текстуальності (Р. Богранд, В. Дресслер, Ю. Лотман, В. Лукін) та аналізують з точки зору засобів її реалізації в конкретних текстах (О. Абрамова, Л. Бабенко, С. Золян, Л. Омельченко, Н. Фатєєва та ін.). Проблему множинних зв'язків тексту з іншими текстами у своїх працях вивчали І. Арнольд, М. Бахтін, А. Беннет, І. Бітенська, Р. Богранд, В. Виноградов, Ж. Дерріда, У. Еко, І. Ільїн, Н. Купіна, К. Леві-Стросс, Е. Михайлова, М. Ріффатер, О. Розеншток-Хюсі, С. Фіш, М. Фуко і Р. Якобсон.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Термін «інтертекстуальність» був введений французьким філологом, знаменитою ученицею відомого філолога і філософа Ролана Барта, Юлією Крістевою в середині шестидесятих років ХХ століття і став потім, як зазначає І. Ільїн, одним з основних принципів постмодерністської критики [4, с. 256.]. Юлія Крістева розглядала інтертекстуальність насамперед як динаміку текстів. «Ми назвемо інтертекстуальністю текстуальну інтеракцію, яка відбувається всередині кожного окремого художнього тексту. Для будь-якого суб'єкта пізнання феномен інтертекстуальності – це ознака того окремого способу, яким кожен текст прочитує історію і відповідно вписується в неї» [5, с. 99]. В роботі «Семіотика» при визначенні поняття «інтертекстуальність», Юлія Крістева різко відрізняє його від інтертекста-об'єкта, який піддається пізнанню і виділенню. Для Юлії Крістевої інтертекстуальність – це «пермутація текстів»: вона свідчить про те, що «в просторі кожного художнього тексту декілька певних висловлювань, запозичених з інших художніх текстів, взаємно перетинаються і часто нейтралізують один одного» [6, с. 447]. Текст являє певну комбінаторику, місце постійного багаторівневого взаємообміну між безліччю фрагментів, котрі знову і знову піддає перерозподілу писемне мовлення; новий текст художнього твору, як правило, створюється з безлічі попередніх текстів, які руйнуються, заперечуються і відроджуються. Для Крістевої інтертекст не є засобом, за допомогою якого будь-який новий текст відтворює попередній текст. Навпаки, інтертекстуальність – це нескінченний процес, тобто текстова динаміка [6, с. 447].

Класичним визначенням понять «інтертекст» і «інтертекстуальність» сьогодні прийнято вважати тлумачення, що належить Р. Бартові: «Кожний текст є інтертекстом; інші тексти присутні в ньому на різних рівнях у більш чи менш знайомих формах: тексти попередньої культури й культури сучасної. Кожен текст являє собою нову тканину, зіткану зі старих цитат. Уривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти соціальних ідіом тощо – всі вони увібрані текстом і змішані в ньому. Як необхідна попередня умова для будь-якого тексту, інтертекстуальність не може бути зведеною до проблеми джерел і впливів, вона являє собою загальне поле анонімних формул, походження яких рідко можна виявити, підсвідомих або автоматичних цитат, поданих без лапок» [2, с. 417–418].

Співзвучним до нього є визначення, яке пропонує І. Арнольд: «Під інтертекстуальністю розуміється включення в текст або інших цілих текстів з іншим суб'єктом мовлення, або їхніх

фрагментiв у виглядi маркованих або немаркованих, перетворених або незмiнених цитат, алюзiй та ремiнісценцiй» [1, с. 346].

Т. Фiльчук звертає увагу на те, що категорiя iнтертекстуальностi має двi сторони – читацьку (дослiдницьку) та авторську. З позицiї читача iнтертекстуальнiсть визначається як «спрямованiсть на бiльш глибоке розумiння тексту або дозвiл на нерозумiння тексту (текстових аномалiй) за рахунок встановлення багатовимiрних зв'язкiв з iншими текстами, пов'язаними з даним референцiальною, синтагматик-комбiнаторною, звуковою та ритмiко-синтаксичною пам'яттю слова» [9, с. 12]. Авторська iнтертекстуальнiсть, на думку Н. Фатеевої, це «спосiб створення власного тексту i утвердження своєї творчої iндивiдуальностi через складну систему вiдносин опозицiї, маркування i iдентифiкацiї з текстами iнших авторiв» [10, с. 25]. Отже, можливiсть встановлення iнтертекстуальних вiдносин автора i читача залежить вiд загальної культурної пам'ятi, вiд загальних фонових знань – сукупностi вiдомостей, якими володiє той, хто створює текст, i той, для кого створюється текст, вiд рiвня освiченостi, вiд читацької пресуппозицiї [3, с. 7]. Для читача, зауважує Н. Фатеева, «завжди iснує альтернатива: або продовжувати читати, розглядаючи деяку мовну формулу лише як фрагмент цього тексту, який нiчим не вiдрiзняється вiд iнших i є органiчною частиною його синтагматичної будови, або для адекватного розумiння даного тексту йому необхідно звернутися до тексту-джерела, здiйснивши свого роду «iнтелектуальний анамнез», завдяки якому маркований елемент в парадигматичнiй системi тексту-реципiєнта виступає як «змищений i вiдсилає до синтагматики вихiдного тексту» [10, с. 25]. Т. Фiльчук зазначає, що iснує i третiй шлях: читач не просто фiксує «чужий» елемент у тексті, а пiдсвiдомо чи свiдомо видiляє його i iнтерпретує вiдповiдно до асоцiацiй, якi виникли у нього, що заснованi на iндивiдуальних переживаннях, емоцiях, на особистому досвiдi [12, с. 29].

З цiєю думкою погоджується О. Фiлатова. Вона звертає увагу на те, що в процесi комунiкацiї активним учасником тлумачення тексту є читач. Розумiння змiсту написаного вiдбувається завдяки життєвому, культурному та iсторичному досвiду читача. Пiд впливом сприйнятого читач бачить навколишнiй свiт у новому свiтлi. Щоб текст не залишився незрозумiлим або сприйнятим поверхово, частково, читач повинен бути високо ерудованим i повинен уміти знайти необхідну iнформацiю. На думку дослiдницi, iнтертекстуальнi вклучення мають властивiсть подвiйностi, вони одночасно належать тексту, а також минулому, iншим текстам. Завдяки власному досвiду i пiд впливом iсторичних змiн читач може iнодi навiть збагатити, розширити змiст тексту. Натрапивши на такi, на перший погляд, чужi для поданого тексту елементи, вiн намагається їх зрозумiти, пояснити. Коли ж це вiдбувається, текст набуває зовсiм нових вiдтiнкiв i сенсу. Цьому часто сприяють самi автори творiв, якi подають маркери iнтертекстуальностi у виглядi прямої вказiвки на джерело у виносках або у словах кого-небудь з персонажiв або в епiграфах. Все це вiдiграє важливу роль для встановлення зв'язку з прототекстом [11, с. 152].

Особливе застосування знаходить теорiя iнтертекстуальностi в аналізi художнiх текстiв. Щоб проникнути в глибину художнього твору, необхідний обмін iнтерпретацiями мiж читачами i авторами. У цьому сенсi iнтерпретацiя, тлумачення, пояснення тексту – це вже не мета, а засiб розумiння. Iнтерпретацiя повинна бути такою, яка б охоплювала безлiч смислових вiдтiнкiв у їхнiй художнiй єдностi. Абсолютної, вичерпної iнтерпретацiї усього багатства творiв не дасть нiхто i нiколи. Бiльш iстинною буде така iнтерпретацiя, яка здатна найбiльшою мiрою охоплювати художню цiлiснiсть твору, його неповторний художнiй свiт.

О. Переломова придiляє увагу аналізу особливостей мiжтекстової взаємодiї художнiх текстiв у порiвняннi з взаємодiєю текстiв наукового стилю. На думку дослiдницi, новостворений текст, який вступає в дiалогiчнi стосунки з iншим текстом, може доповнювати його новим змiстом, вибiрково актуалiзувати окремі значення, трансформувати їх у порiвняннi з художнiм замислом автора, навiть руйнувати первинну смислову систему (у випадку пародiювання). «Художня комунiкацiя, стилiстичний ефект якої багато в чому пов'язаний з пiдтекстовою iнформацiєю, тяжiє до завуальованої iмплицитностi сигналiв iнтертекстуальностi, тим самим залишаючи широкий iнтерпретацiйний простiр для адресата» [8, с. 106]. Комунiкативно-прагматична специфiка наукової мови, зауважує О. Переломова, зумовлює iнший характер мовного вираження мiжтекстової взаємодiї. У науковiй комунiкацiї неможливе iснування

прихованих, завуальованих натяків і має бути повна визначеність і однозначність у розрізненні свого й чужого знання. Тому в науковому викладі представлені тільки експліцитні та квазіекспліцитні маркери інтертекстуальності: цитати, виділені лапками або додатковими графічними засобами, непряма мова, фонові покликання, бібліографічний апарат, примітки, додатки і таке інше. У науковій комунікації інтертекстуальність виступає як універсальний принцип побудови тексту на рівні змісту, оскільки всякий твір ретроспективно й проспективно пов'язаний з іншими дослідженнями й виступає як своєрідний мікротекст у загальнонауковому макротексті. Згідно з законом наступності знань кожен новий науковий текст включений у складний механізм, який здійснює як збереження знання, так і спілкування людей, які створили це знання. Водночас науковець звертає увагу на те, що зовсім іншого характеру набуває інтертекстуальність у художній комунікації, де вона не має зазначених у взаємодії наукових текстів обмежень, бо дуже часто форма художнього тексту стає вираженням його змісту. Тому особливо важлива роль інтертекстуальності в структурі художньої оповіді, де вона служить важливим текстотвірним засобом [7, с. 7].

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, як показує наведений огляд теорія інтертекстуальності є надзвичайно плідною в сенсі інтерпретації художнього тексту. Доведено, що обмін інтерпретаціями між читачами та авторами є необхідною умовою проникнення в глибину змісту художнього твору. Подальші перспективи дослідження вбачаємо у вивченні конкретних способів реалізації інтертекстуальних зв'язків у художніх текстах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Объективность, субъективность и предвзятость в интерпретации художественного текста / И.В. Арнольд // Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сб. статей. – СПб. : СПбГУ, 1999. – С. 341-350.
2. Барт Р. От произведения к тексту / Р. Барт // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – С. 413-423.
3. Гюббенет И. В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста / И.В. Гюббенет. – М. : Моск. ун-т, 1991. – 204 с.
4. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / И. П. Ильин. – М. : Интрада, 1998. – 260 с.
5. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Вестник МГУ. Филология. – Сер. 9. – 1995. – № 1. – С. 97-124.
6. Кристева Ю. Революции поэтического языка / Ю. Кристева // Вестник МГУ. Филология. – Сер. 9. – 1994. – № 5. – С. 447.
7. Переломова О. С. Интертекстуальність як системотвірна текстово-дискурсивна категорія [Електронний ресурс] / О. С. Переломова. – Режим доступу ресурсу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_34_10.pdf
8. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М. Н. Кожинной. Члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А.П. Сквородников]. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
9. Фатеева Н. А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе / Н. А. Фатеева // Изв. АН. Сер. лит. и языка. – 1997. – Т. 56. – № 5. – С. 12-21.
10. Фатеева Н. А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи / Н. А. Фатеева // Изв. АН. Сер. лит. и языка. – 1998. – Т. 57. – № 5. – С. 25-38.
11. Филатова О. М. Интертекстуальность как глобальная текстовая категория / О. М. Филатова // Вестник Удмуртского университета: Филологические науки. – 2006. – № 5(2). – С. 149 - 154.
12. Фильчук Т. Ф. Категория интертекстуальности в ее лингвофилософской природе и дискурсивных проявлениях / Т. Ф. Фильчук // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Філологія. – № 936. – Вип. 61. – С. 26-33.

Головская И. Применение теории интертекстуальности в анализе художественных текстов.

В статье представлена попытка обобщить основные подходы к пониманию терминов «интертекст» и «интертекстуальность» на данном этапе развития языкознания, а также определен статус теории интертекстуальности в системе лингвистических дисциплин. В кратком теоретическом обзоре представлены исследования отечественных и зарубежных ученых, которые посвящены этой проблеме. Особое внимание обращено на определение перспектив применения теории интертекстуальности в анализе художественных текстов с акцентом на различие понятий авторская и читательская интертекстуальность. В частности отмечено, что обмен интерпретациями между читателями и авторами является необходимым условием проникновения в глубину содержания художественного произведения. Также в статье представлен сравнительный

анализ межтекстового взаимодействия художественных текстов и особенностей взаимодействия научных текстов.

Ключевые слова: *интертекст, интертекстуальность, художественный текст, интерпретация текста, художественная коммуникация, научная коммуникация.*

Golovska I. Application of the Theory of Intertextuality in the Analysis of the Literary Texts.

The article attempts to summarize the main approaches to the understanding of the terms "intertext" and "intertextuality" in modern language studies as well as to define the status of the theory of intertextuality in the system of linguistic disciplines. The short theoretical background of this problem based on the researches of the domestic and foreign scientists is given. Special attention has been paid to outlining the prospects of applying the theory of intertextuality in the analysis of literary texts connected with the differentiation of the reader's and the author's intertextuality. It is pointed out that the exchange of the interpretations between readers and authors is essential for deep penetration into the content of literary texts. The article also presents a comparative analysis of linguistic means of expressing intertextual interaction between two types of texts: literary texts and texts written in scientific style.

Key words: *intertext, intertextuality, literary text, the interpretation of the texts, literary communication, scientific communication.*

Юлія Кононець
(Київ)

УДК 811.111'42'44

**КОМПРЕСІЯ ВЕРБАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЯК ЗАСІБ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ
ТА СТВОРЕННЯ ОБРАЗІВ У РЕКЛАМІ**

З'ясовано специфіку компресії вербальних елементів товарних знаків рекламного дискурсу, які містять візуальний компонент. Простежено використання багатозначних слів та елементів як однієї з основних умов ефективного створення вербальних товарних знаків. Розглянувши структуру вербальних товарних знаків, спостерігаємо стійку тенденцію до скорочення довжини слів (компресії) шляхом аббревіації, словоскладання, еліпсису, контамінації, телескопії. Рекламні тексти використовують засоби компресії на всіх рівнях мови: семантичному, синтаксичному, рівні словотвору. Особливої важливості набуває інформаційне навантаження, а також інтеграція вербальних і невербальних компонентів повідомлення. Визначено, що компресія є не лише засобом мовної економії, а й створення образів в межах рекламного дискурсу, що підкреслює тісний зв'язок вербальної і невербальної складових товарних знаків.

Ключові слова: *компресія вербальних товарних знаків, візуальні елементи товарних знаків, створення рекламних образів.*

Постановка наукової проблеми. Підвищення інформативності мовних одиниць вербальних товарних знаків за рахунок компресії вербальних елементів або відновлення змісту товарного знака за рахунок візуальної частини без зміни інформаційного навантаження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що мовна компресія вербальних товарних знаків розглядається з різних позицій, а відмінність у підходах пояснюється особливостями інтерпретації візуальних елементів товарних знаків англomовного рекламного дискурсу. Компресія у роботах В. В. Тулупова визначається як лаконічність, смисловий згусток інформації, так званий «телеграфний стиль», основною метою використання якого є скорочення об'єму рекламного тексту та підсилення експресивності мовленнєвих одиниць, що є основною передумовою реалізації будь-якого рекламного повідомлення [3, с. 15]. А. Б. Шокіна інтерпретує мовну компресію як спрощення, що зумовлене законами мовленнєвої економії за рахунок підсилення інформативності мовних одиниць і скорочення тих елементів, які можуть відновлюватися з невербальної частини повідомлення, не порушуючи при цьому принципу інформативності [4, с. 192].

Метою статті є дослідження специфіки явища мовної компресії як в плані змісту, так і в плані вираження мовного знака.

Виклад основного матерiалу й обґрунтування отриманих результатiв дослідження. У свiдомостi людини iснує особлива психотехнiка, яка регулює розумiння iнформацiї у стислому виглядi. Таке розумiння розповсюджується на всi рiвнi мови: фонематичний, словотворчий, синтаксичний, дискурсивний. Читач може зрозумiти морфологiчну семантику невеликих графiчних текстiв, якщо слова складаються з переставлених букв. Будь-яке слово є компресiйним за визначенням, оскiльки включає в себе множиннiсть одиниць референцiї. У рiзних сферах дискурсу компресiя має свою специфiку, яка вiдображає стильове рiзноманiття в мовi. «Звернутi» тексти, а саме графiчнi (таблицi, заголовки, логотипи, абрeвiатури, сталi вирази, девiзи, прецедентнi iмена) є результатом мовної компресiї [1, с. 12].

У рекламному дискурсі мовна компресія є засобом iнформацiї та/або дезiнформацiї. Можливiсть компресiї створюється завдяки ущiльненню iнформацiї, при цьому спiввiдношення форми i змісту змінюється в бiк розширення понятiйного змісту. Створення рекламних текстiв ускладнюється iхньою мультимедiйнiстю, i, як наслiдок, семiотичною складнiстю iнформацiї. Для рекламних текстiв – текстiв обмежених в часi та просторi – характерна тенденцiя до економiї мовних засобiв. Скорочення об'єму тексту здiйснюється завдяки методам мовної компресiї. Компресiя у рекламному дискурсі – це зумовлене законом мовленнєвої економiї спрощення поверхнєвої структури тексту за рахунок збiльшення iнформативностi мовних одиниць, якi можна вiдновити за рахунок невербальної частини тексту [1, с. 13]. Текст до i пiсля компресiї несе одну й ту ж саму iнформацiю про об'єкт опису. Зменшуючи кiлькiсть мовних компонентiв компресiя значно впливає на сигнiфікативний бiк тексту, перебудовуючи його граматичну i семантичну структуру. У процесi такої перебудови компоненти, якi пiдлягають компресiї, «надають» свої функцiї тим компонентам, якi компресiї не пiдлягають. При цьому функцiональне навантаження останнiх стає iншим. Гранична кiлькiсть iнформацiї, яка опускається, залежить вiд текстової норми. У рiзних текстах вона буде рiзною, але є загальний показник у цiєї норми: мовна одиниця не повинна втрачати свого iнформативного змісту [3, с. 193].

Фонетична компресія виявляється у порушеннi фонетичної норми у зв'язку з швидким потоком мовлення. Морфологiчний рiвень характеризує використання особливих морфем для створення скорочених форм слiв. Лексичний рiвень компресiї вiдзначається використанням коротких, часто одноморфемних слiв, слiв широкої семантики, займенникiв, вигукiв. У рамках словотвору явище компресiї пов'язано з абрeвiацiєю, унiвербацiєю, словоскладанням, телескопiєю, зрощенням, скороченням, субстантивацiєю. Синтаксична компресiя передбачає зменшення знакової структури завдяки елiпсису, безсполучникового зв'язку та неповноти граматичної структури. На вищому – семантичному рiвнi – пiд компресiєю розумiємо використання скритих смислiв, пресупозицiй, iмплікатур. Мовна компресiя на семантичному рiвнi пов'язана з такими явищами, як iмпліцитнiсть, скритi смисли, пресупозицiя, контекст. Прагматичнi передумови тексту, заснованi на фонових знаннях аудиторiї, грають ключову роль у цьому процесi. Пiдвищення ролі iмпліцитних виразникiв зв'язку призводить до словесної стислості синтаксичних одиниць, смислової мiсткості. Iмплікацiя є також засобом експресiї, багатозначності, гри смислiв [4, с. 193].

Товарний знак компанiї *BNY Mellon Wealth Management* має слоган *Who's helping you?* Iмплікується одночасно два твердження, а саме: 1) iншi клiєнти можливо користуються послугами цiєї компанiї; 2) швидше за все, вам нiхто не допомагає, отже, ми допоможемо вам. Iмплікована iнформацiя у цьому випадку є постановкою питання, на яке допустима вiдповiдь може бути негативною, а, отже, перспективною для *BNY Mellon Wealth Management*. Пiд прихованим смислом розумiємо будь-який смисл, який вербально не виражається у текстi рекламного повiдомлення, але сприймається реципiєнтом як той, який мається на увазi та iнтерпретується на основi мовної компетенцiї, знань про свiт. Прихованi смисли рекламних текстiв можуть бути двох видiв: iнтенцiональнi прихованi смисли (первiснi смисли товарного знака) та неiнтенцiональнi прихованi смисли, якi створюються адресатом i перетворюють первiсний смисл в нереалiзований смисл [1, с. 12]. Прикладом застосування iнтенцiонального прихованого смислу може бути створення вербально-вiзуального товарного знака компанiї *Ecowater systems*. Реципiєнт розуміє, що компанiя пропонує клiєнтами системи фiльтрацiї води. Про це свiдчить вебальна частина товарного знака *water* та невербальна його частина – кола, якi

утворилися від краплі води. Про те, що вода є екологічно чистою, а, отже, безпечною для вживання, ми дізнаємося за допомогою вербального елемента *eco*. Компанія має репутацію на ринку і працює не перший день: *since 1925*. Крім вдалого застосування інтенціонального прихованого смислу, необхідно відмітити неповну граматичну структуру як виду компресії на синтаксичному рівні: замість речення, яке б мало звучати *The company Ecowater provides filter systems for making your water safe. We have been working since 1925*, адресат отримує скорочену вербально-візуальну інформацію *Ecowater systems. Since 1925* та інтерпретує інформацію лише одним можливим способом. Розробникам товарного знака вдається уникнути двозначності та багатозначності, оскільки альтернативної інтерпретації практично не існує.

Компресія на синтаксичному рівні полягає в опущенні найменш значущих у смисловому, структурному і комунікативному відношенні другорядних елементів, словосполучень та частин речень. Синтаксична компресія вербально-візуальних товарних знаків обумовлена такими тенденціями, як прагнення до фрагментарності та сегментації. Синтаксична компресія передбачає стислість знакової структури такими способами: контамінація, членування, парцеляція і приєднання, еліпсис та неповні граматичні структури, слова-композиції, телескопія. Контамінація – виникнення нового слова, його форми або виразу внаслідок зближення, поєднання частин двох подібних слів, форм, виразів. Автори вербальних товарних знаків часто користуються цим прийомом [4, с. 192]. Контамінація словосполучень припускає пропуск внутрішньої ланки конструкції при збереженні крайніх ланок – за умови, що саме в них криється бажаний зміст. Результатом є видозміна граматичної функції і синтаксичних зв'язків при збереженні змісту та економії простору. Компанія *Marks and Spencer* використовує логотип *M@S* та словосполучення *Only at M@S* і *Your M@S*, що мало би звучати *You can buy good things only at M@S, Your best place to go shopping is M@S*. Отже, у першому випадку збереглася крайня ланка, де відчувається згусток змісту: де саме можна придбати найкращі речі. У другому випадку підкреслено, що цей магазин є саме вашим магазином: збереглися крайні ланки *Your* і *M@S*, при цьому внутрішня ланка *best place to go shopping is* пропускається. Результатом такого процесу є компресія на синтаксичному рівні. Парцеляція – спосіб мовленнєвого оформлення речення кількома комунікативними одиницями – фразами. Довжина речень скорочується за рахунок активізації вільних синтаксичних зв'язків, які формально заміняють підрядні зв'язки [3, с. 15]. Компанія високих технологій *AT&T Wireless* використовує слоган *Your world. Close at hand*. Два речення слогана створені на основі парцеляції – двома фразами. Замість повного речення *represents your world and this world is very close* відбулася активізація конкретних словосполучень, які є згустками змісту *Your world. Close at hand*. Така структура дозволяє розчленувати громіздку конструкцію. Частина, що залишається в процесі парцеляції, сприймається як неповне речення, але є носієм важливого акцентованого повідомлення і бере на себе все функціональне навантаження. Розглядати вербально-візуальний товарний знак цієї компанії без слогана практично неможливо, оскільки він є логічним продовженням вербально-візуальної частини цього знака. Абревіація – утворення нових слів шляхом поєднання початкових складів кількох слів або перших літер слів словосполучення [1, с. 13]. Абревіація спрямована на створення коротких (порівняно з первинними структурами (словосполученнями) синонімічних номінацій та виконує компресивну функцію. У сучасному рекламному дискурсі абревіатури становлять значну частину вербальних товарних знаків і є ефективним засобом компресії рекламного тексту на всіх рівнях. Створення абревіатури є найпродуктивнішим способом компресії багатослівних назв вербальних товарних знаків. Декодування абревіатур вербальних товарних знаків має три етапи: перший – візуальне сприйняття, другий – зацікавленість (аналіз), третій – інтерпретація [2, с. 256]. Вербальний товарний знак *Worldcom* був створений способом складання двох слів, одне з яких зазнало компресії *communication - com* (скорочення структури на 70%). Іноді відбувається скорочення фінальних компонентів вербального товарного знака: продукт *Fanta* був створений як скорочення слова *fantasy*. Компанія, яка є відомим у Канаді виробником наручних годинників *TMX* була створена за допомогою компресії, а саме вилученням голосних зі слова *TIMEX*. Компанія використовує два варіанти назви *TIMEX* і *TMX*, при цьому виникає стійка асоціація зі словом *time*, яке пояснює споживачеві чим займається компанія *TMX*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, розглянувши компресію на рівні абрєвіації, ми дійшли висновку, що цей тип скорочення інформації є досить популярним серед вербальних товарних знаків, оскільки він дозволяє створювати лаконічні структури, які затримують погляд споживача. Такі структури легко запам'ятовуються на рівні візуального сприйняття. Довівши, що вербально-візуальні товарні знаки – це особливі мікротексти, призначення яких однозначно ідентифікувати назви компаній (товарів, послуг), основною вимогою ефективності створення вербальних товарних знаків є використання таких слів та елементів, яким властива розширена семантика. Спостерігається стійка тенденція до скорочення довжини слів шляхом абрєвіації, словоскладання, еліпсису, контамінації, телескопії. Рекламні тексти використовують засоби компресії на всіх рівнях мови: семантичному, синтаксичному, рівні словотвору. Особливої важливості набуває інформаційне навантаження, а також інтеграція вербальних і невербальних компонентів повідомлення. Мовна компресія вербальних товарних знаків є обумовлене законами економії простору спрощення в процесі обробки поверхневої структури тексту за рахунок підвищення інформативності мовних одиниць і елімінування тих компонентів, які можуть бути відновлені за рахунок невербальної частини тексту без зміни текстового інформаційного навантаження порівняно з початковим текстом або нейтральною стилістичною нормою. Перспективи подальших наукових розвідок. Проведене дослідження дозволяє здійснити комплексний підхід до вивчення нерозривної єдності вербальних і невербальних елементів товарних знаків англomовного рекламного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ордынская С. Н. Языковая компрессия: ее онтология, сущность и функции / С. Н. Ордынская // III Международные Бодуэновские чтения: И. А. Бодуэн де Куртенэ / Казан. гос. ун-т; [под. общ. ред. К. Р. Галлиулина]. – Казань : изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т.2. – С. 12-13.
2. Панофский Э. Этюды по иконологии / Э. Панофский. – СПб : издат. дом «Азбука-классика», 2009. – С. 27-44.
3. Теория и практика рекламы : учеб / [под. ред. В. В. Тулупова] – СПб. : изд. Михайлова В. А., 2006. – 240 с.
4. Шокина А. Б. Языковая компрессия в рекламном тексте / А. Б. Шокина // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика», 2009. – № 2. – С. 189-95.

Кононец Ю. Компрессия вербальных элементов как способ языковой экономии и создания образов в рекламе.

В статье определена специфика компрессии вербальных элементов товарных знаков англоязычного рекламного дискурса, которые наделены визуальным компонентом. Проанализировано использование многозначных слов как одного из основных условий эффективного создания вербальных товарных знаков. Рассмотрев структуру вербальных товарных знаков, наблюдается стойкая тенденция к сокращению длины слов (компрессии) с помощью абрєвіації, словообразования, контамінації, телескопії. В рекламных текстах используются способы компрессии на всех уровнях языка: семантическом, синтаксическом, на уровне словообразования. Особое значение имеет интеграция вербальных и невербальных компонентов сообщения. Определено, что компрессия является не только способом языковой экономии, а так же условием создания образов рекламного дискурса, что свидетельствует об интегративном характере вербальных и визуальных элементов рекламного сообщения.

Ключевые слова: компрессия вербальных товарных знаков, визуальные элементы товарных знаков, создание рекламных образов.

Kononets Y. Compression of Verbal Elements as a Means of Effective Creation of Images in Advertising.

The article deals with the compression of verbal and visual components of trademarks in advertising and implicit nature of visual argumentation. The use of polysemantic words is the main precondition of creation of verbal trademarks and there is a tendency to compress (make forms of lexical units shorter) in advertising on different levels. Paying special attention to the visual persuasion as an exploration of visual aspects in advertising, compression is likely to have an influence on cognitive processing among readers highly active in processing the advertising message. Integration of verbal as well as non-verbal (visual) components of trademarks facilitates the creation of new images in advertising.

Key words: verbal trade mark, compression of verbal trademarks, visual components of trademarks, creation of images in advertising.

*Тетяна Кулiш
(Київ)*

УДК 811.111:81'234

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ АГОНАЛЬНОСТІ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Проаналізовано агональний тип вербальної взаємодії на матеріалі американського політичного дискурсу, встановлені та проілюстровані стратегії і тактики, що використовуються для перемоги у політичній боротьбі, які втілюються у відповідних типах політичних текстів. Встановлено, що провідними стратегіями реалізації агональності є стратегія на зниження статусу опонента, стратегія вивищення власного статусу та стратегія театральності, які відповідно корелюють з трьома типами політичних текстів: агресивним, енергійним та епатажним. Визначальними чинниками для вираження конфліктності та конкурування дискурсів учасників політичної комунікації, а також для прихованої вербальної агресії на адресу опонента з метою власної позитивної самопрезентації на політичній арені є персуазивність політичного дискурсу та рекламна природа політичних дебатів.

Ключові слова: політичний дискурс, агональність, комунікативні стратегії і тактики, агресивний тип текстів, енергійний тип текстів, епатажний тип текстів.

Постановка наукової проблеми. Питання масової комунікації, статусу мовної особистості в дискурсі та дослідження тексту та дискурсу як мовленнєвої реалізації індивіда належать до провідних сфер інтересів новітньої антропоорієнтованої лінгвістики (напр., Мазирка 2008; Бондаренко 2002; Ущина 2003; Беянин 2010). Ці питання тісно пов'язані з мисленнєвою діяльністю індивіда, що обумовлює інтерес сучасних психолінгвістів до різноманітних явищ, репрезентованих у свідомості мовця та втілених, зокрема, у політичному дискурсі. Політичному дискурсу притаманна специфічна характеристика - конкурентна боротьба за владу. Вона становить головну мотивацію дискурсу політика і відображається у всіх жанрах політичного дискурсу – агітаційній промові, дебатах, дискусіях, політичних інтерв'ю тощо. Фактор боротьби за владу, як провідна властивість політичного дискурсу, у руслі політичної лінгвістики дістав назву **агональність** (від грец. **агон** “змагання”, “боротьба двох ідей, які захищають сторони-суперники, причому боротьба азартна, запекла” [5, с. 16]). Таким чином, **предметом** даного дослідження є агональний тип вербальної взаємодії в політичному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для низки психолінгвістичних досліджень політичного дискурсу спільним є комунікативний підхід, який базується на різних положеннях когнітивної лінгвістики [Караулов 1987], теорії мовленнєвих актів [Остин 1974, Searle 1969] та психолінгвістичній теорії мовленнєвої діяльності [Леонт'єв 1974]. Значну роль у розробці психолінгвістичної концепції належить теорії мовленнєвого впливу (Н.О. Рубакін, Є.Ф. Тарасов, О.Н. Баранов, Ю.А. Сорокін та ін.) та теорії мовної свідомості [Тарасов 1992]. У діалогічному середовищі вербальна взаємодія між комунікантами може бути **гармонізуючою**, основу якої складає консенсус та згода, або **агональною**, в основі якої лежить боротьба та бажання перемоги [7]. Згідно з визначенням В.І. Карасика, кооперативність або конфліктність, як типи комунікативної тональності, лежать в основі, відповідно, етикетного або агонального типу дискурсу [4: с. 2]. Згідно з цією моделлю, ми будемо термінологічно позначати учасників агонального дискурсу як агональні дискурсивні суб'єкти.

Метою статті є аналіз вербальної реалізації агональності, зокрема, виокремлення мовленнєвих стратегій і тактик, які обирає політик, щоб здобути перевагу над опонентом, тобто стратегій і тактик реалізації агональності, а також встановлення чинників, що впливають на вираження конфліктності та конкурування дискурсів учасників політичної комунікації, що і складають **завдання** даного дослідження. **Матеріалом** дослідження слугували транскрипти 12 президентських політичних дебатів у США з 1980 по 2012 рік обсягом 300 сторінок [11].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Політика, якщо її розуміти як боротьбу за втримання влади, – це, безперечно,

сфера агонального мислення, де побутують агональнi мовленнєвi iдеали. Дискурс полiтичних дебатiв – це дiалогiчне середовище для дослiдження агональностi, оскiльки полiтичний дискурс передвиборчої комунiкацiї є особливо яскравим прикладом вербалiзацiї конкуруючих iдеологiй його учасникiв. У власне мовленнєвому планi – це зустрiч-конфлiкт двох цiлеспрямованих складних мовленнєвих потокiв, обов'язковою умовою якої є виключення досягнення консенсусу та спiвробiтництва. Мета опонентiв – досягти полiтичних та виборчих переваг один над одним, iнакше кажучи, – доминувати спочатку в данiй локальнiй комунiкативнiй iнтеракцiї, а згодом – перемогти на виборах.

Передвиборча комунiкацiя, що має спiльнi риси iз рекламним дискурсом, представлена засобами масової iнформацiї таким чином, щоб електорат визначив “переможця”, що i спонукає учасникiв користуватися антагонiстичними стратегiями, пiдсилюючи свiй вплив, покращуючи свiй iмiдж та завдаючи шкоди iмiджеви опонентiв. Кожен кандидат обирає таку лiнiю дискурсивної поведiнки, яка допомагає йому домогтися влади. Таким чином, єдинiй метi – боротьбi за владу, слугують i комунiкативнi стратегiї у рамках полiтичного дискурсу.

Агональностi, як усяка боротьба, не може бути реалiзована без суперника, а, отже, передбачає наявностi опонента, протилежної сторони. Крім того, агон – це ще i театральне дiйство, немислиме без наявностi адресата-спостерiгача. Цi фактори обумовлюють вiдповiдний спiсiб взаємодiї комунiкантiв у полiтичному дискурси.

Фактор “наявностi протилежних сторiн” спонукає комунiканта обрати такий план оптимальної реалiзацiї мовленнєвих намирiв, щоб в результатi максимально применшити статус спiврозмовника i пiдвищити власний статус. Наявностi адресата-спостерiгача, яким є потенцiйний виборець, обумовлює “гру для глядача”. В результатi, комунiкант намагається зробити процес спiлкування видовищним, залучити адресата-спостерiгача в процес “гри”, викликаючи в адресантiв емоцiйний вiдгук. Пiд впливом цих факторiв у полiтичному дискурси формуються певнi мовленнєвi стратегiї.

Росiйська дослiдниця О.М. Паршина [8] розробила класифiкацiю стратегiй полiтичного дискурсу, до яких належать наступнi: стратегiя самопрезентацiї, боротьби за владу (стратегiї дискредитацiї та нападу), самозахисту, стратегiя втримання влади (iнформацiйно-iнтерпретацiйна стратегiя), стратегiя формування емоцiйного настрою адресата та аргументативна стратегiя. До **стратегiй реалiзацiї агональностi** в полiтичному дискурси ми вiднесемо наступнi [6], [10]: 1) стратегiя на зниження статусу опонента; 2) стратегiя на вивищення власного статусу; 3) стратегiя театральностi.

Росiйська дослiдниця К.А. Репiна [9] розробила класифiкацiю полiтичних текстiв за характером їх емоцiйного впливу на реципiєнта, в основi якої лежить теорiя емоцiйно-смысловi доминанти [2]. Автор дослiдження стверджує, що емоцiйнi психiчнi стани закладенi в полiтичному текстi їх авторами у виглядi системи мовнiй засобiв з метою прогнозованого впливу на реципiєнта. Згiдно з цiєю класифiкацiєю, полiтичнi тексти можна розподiлити на три типи, а саме: *агресивнi, епатажнi та енергiйнi тексти*.

На нашу думку, три вищезазначенi мовленнєвi стратегiї реалiзацiї агональностi корелюють iз типами полiтичних текстiв за К.А. Репiною. Вiдповiдно, *агресивнi тексти* вiдповiдають стратегiї на зниження статусу опонента завдяки негативнiй лексицi та конструюванню образу ворога (приклад 1), *енергiйнi тексти* пiдвищують власний статус полiтика завдяки використанню позитивної лексики, цiннiсних концептiв (приклад 2), а *епатажнi тексти* корелюють iз стратегiєю театральностi, яка орiєнтована на мiфологiчну свiдомiсть реципiєнтiв завдяки елементам релiгiйного, фольклорного дискурсу, пiдвищенiй емоцiйностi та виразностi (приклад 3). Наведемо приклади таких полiтичних текстiв.

1) Агресивний текст: *We have **no compassion for terrorists** in this country. We have no compassion. Nor will we have any **compassion** for any state that sponsors them. Oh, yes, **we're a compassionate nation**, but **our compassion** is limited. We have **great compassion**, however, for the millions around the world who are **victims of hate, victims of oppressive government**, including the people who live in Afghanistan.* (G. Bush, 2001).

(2) Енергiйний текст: *The time has come to reaffirm our **enduring spirit**; to choose our **better history**; to carry forward that **precious gift**, that **noble idea**, passed on from **generation to***

generation: the Godgiven promise that all are equal, all are free, and all deserve a chance to pursue their full measure of happiness. (B.Obama, 2008).

(3) Епатажний текст: *I don't feel that I have a right to go to church, knowing that my being there could cause something of the kind that we have seen in other places, in Beirut, for example. And I miss going to church, but I think the Lord understands.* (R. Reagan, 1984).

Зовнішньою формою вираження агональності в тексті з метою боротьби за суспільну думку та захоплення якомога більшої аудиторії у політичному дискурсі стає експресивний вокабуляр, експресивний синтаксис, певні стилїстичні засоби, такі як метафори, епітети, порівняння, риторичні запитання, іронія та сарказм. Характерними властивостями політичних текстів є поєднання різних функціональних стилїв, а також лексики з різних мовних прошарків. Крім того, у своїх промовах політики часто апелюють до авторитетів, ідей християнства, використовують цитати, алюзії, фольклорний дискурс. Всі ці засоби реалізації агональності підсилюють «дієвість» політичних текстів, тобто їх прагматичну спрямованість.

Розглянемо використання тактик при реалізації стратегій політичного дискурсу, в яких вербалізується агональність. Під комунікативною стратегією ми маємо на увазі план оптимальної реалізації комунікативних намірів, що враховує об'єктивні та суб'єктивні фактори та умови, в яких відбувається акт комунікації, що в свою чергу обумовлює використання певних мовних засобів [3: с. 55]. Кожна стратегія політичного дискурсу реалізується завдяки використанню певного набору тактик. Тактика є сукупністю прийомів, що зумовлює використання певних мовних засобів.

Стратегія на зниження статусу опонента [6] реалізується через наступні тактики:

1. **Тактика негативного мовлення** – вживання негатиї, негативно-оцінної лексики, песимістичний настрій висловлювання. Наприклад: *Today our nation saw evil, the very worst of human nature. ... The sense of safety and security has been threatened.* (G. Bush, 2001).

2. **Тактика звинувачення**, наприклад: *I consider bin Laden an evil man. ... This is a man who doesn't mind destroying women and children. This is a man who hates freedom.* (G. Bush, 2001).

3. **Тактика викриття** – наведення фактів та аргументів, що свідчать про провину опонента. Наприклад: *... The president didn't find weapons of mass destruction in Iraq, so he's really turned his campaign into a weapon of mass deception.* (John Kerry, 2004).

4. **Тактика ображення**, наприклад: *I will not forget this wound to our country or those who inflicted it. I will not yield; I will not rest.* (G. Bush, 2001).

Зазначимо, що спільною рисою тактик, які репрезентують стратегію на зниження, є експлуатація образу ворога, а також експліцитне та імпліцитне висловлення негативного ставлення комуніканта не лише в адресу предмету розмови, але і відносно адресата, що свідчить про установку негативного характеру адресанта та бажання дискредитувати опонента. Крім того, такі політичні тексти спонукають до дії, помсти, боротьби.

Бажання комуніканта переважати над суперником передбачає *стратегію на вивищення власного статусу* [6], вона реалізується за допомогою наступних тактик:

1. **Тактика позитивного мовлення** – розгляд ситуації, базований на фактах, передбачає імпліцитне позитивне ставлення до обговорюваної ситуації. Наприклад: *With patience and firmness we can bring peace to that strife-torn region and make our own lives more secure.* (R. Reagan, 1983).

2. **Тактика презентації** – представлення предмету розмови у привабливому ракурсі. Наприклад: *The advance of human freedom, the great achievement of our time and the great hope of every time, now depends on us. Our nation, this generation, will lift the dark threat of violence from our people and our future.* (G. Bush 2001).

3. **Тактика відводу критики** – наведення з метою доказу невинності аргументів, за допомогою яких можна виправдати певні дії і вчинки. *The three things they try to say I've changed position on are the Patriot Act; I haven't. I support it. I just don't like the way John Ashcroft has applied it, and we're going to change a few things.* (J. Kerry, 2004).

4. **Тактика самовиправдання** – відкидання негативних суджень про об'єкт критики та його причетності до того, чому дається негативна оцінка. *We all thought there was weapons there, Robin. My opponent thought there was weapons there. That's why he called him a grave*

threat. ... And the world is better off without him in power. (G. Bush, 2004).

5. **Тактика ідентифікації** – ототожнення політика з народом, спрямоване на нав'язування адресату думки, що лідер – "своя", близька до народу людина. *We are the party of Roosevelt. We are the party of Kennedy. So don't tell me that Democrats won't defend this country.* (B. Obama, 2008).

О.М. Баранов и Є.Г. Казакевич [1] описували політичний дискурс за допомогою метафори пирога, в якому існують такі прошарки, як психологічний, соціальний, ігровий. *Стратегія театральності* [10], що відповідає ігровому прошароку політичного дискурсу, обумовлена наявністю адресата-спостерігача та має на меті представити ситуацію як певну драму, де комуніканти намагаються справити один на одного враження. Як і попередні стратегії, вона представлена певним набором тактик, а саме:

1. **Тактика спонукання** – заохочення до певної дії чи прийняття точки зору, лозунговість мовлення. Наприклад: *Virginia, let's go change the world.* (Obama, 2008).

2. **Тактика кооперації** – такий спосіб звернення до адресата, за допомогою якого комуніканти апелює до ідей та цінностей, носієм яких він є. До таких належить, наприклад, використання елементів релігійного дискурсу: *You believe in the Almighty, and I believe in the Almighty. That's why we'll be great partners.* (G. Bush, 2002).

3. **Тактика розмежування** – виявлення відмінностей у позиціях та думках. Наприклад: *Well, we do come from different places. I come from being a West Texas. (G. Bush, 2000). The other race would always remain just that: menacing, alien, and apart.* (B. Obama 2004).

4. **Тактика інформування** – наведення негативних фактів про опонента. Наприклад: *I believe that there is enough extravagance and fat in Government. As a matter of fact, one of the Secretaries of HEW under Mr. Carter testified that he thought there was \$7 billion worth of fraud and waste in welfare and in the medical programs associated with it.* (R. Reagan, 1980).

5. **Тактика обіцянки** – добровільне зобов'язання зробити щось. *And I'll just make you one promise, my word is good. ... I keep my word. I promise you the economy is going to get better. We're going to have a good economic plan. We're going into the next century a better America.* (Bob Dole, 1996).

6. **Тактика прогнозування** – передбачення про наступний розвиток ситуації. Наприклад: *The time has come to reaffirm our enduring spirit; to choose our better history; to carry forward that precious gift, that noble idea, passed on from generation to generation: the Godgiven promise that all are equal, all are free, and all deserve a chance to pursue their full measure of happiness.* (B. Obama, 2009).

7. **Тактика попередження** – засторога щодо наступних дій. Наприклад: *We will answer every danger and every enemy that threatens the American people* (G. Bush, 2003).

8. **Тактика іронізування та/або сарказму** – здійснення впливу за рахунок контрасту між сказаним та тим, що мається на увазі. Наприклад: *Look, this is a man who has great numbers. He talks about numbers. I'm beginning to think not only did he invent the Internet, but he invented the calculator.* (G. Bush, 2000).

9. **Тактика провокації** – підбурювання когось до дій чи реплік, що можуть мати негативні для нього/неї наслідки. Наприклад: *Well, I don't know his name, but let me tell you, if I become President, he's going to get to know mine* (R. Reagan, 1980).

10. **Тактика гумору** – здійснення емоційного впливу аудиторію. *Well, Barbara, you've asked that question twice. I think you ought to have at least one answer to it.* (R. Reagan, 1980).

Висновки дослідження. Агональний тип вербальної взаємодії, яким є політичний дискурс, реалізується за допомогою певних стратегій і тактик, що використовуються для перемоги у політичній боротьбі, а саме: стратегія на зниження статусу опонента, стратегія на вивіщення власного статусу та стратегія театральності, які втілюються у відповідних типах політичних текстів: агресивному, енергійному та епатажному. **Перспективи подальших наукових розвідок.** Стратегічні особливості реалізації агональності у американському політичному дискурсі можуть слугувати підґрунтям для дослідження проявів конфліктності суб'єктами політичного дискурсу та стратегічного застосування конфліктного дискурсу в політиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М. : Знание, 1991. – 42 с.
2. Белянин В.П. Психолінгвістика : ученик / В.П. Белянин. – М. : Изд-во „Флинта”, 2007. – 232 с.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М., 2006.
4. Карасик В.И. Дискурсивная персонология / В.И. Карасик // Язык, коммуникация и социальная среда. ВГПУ. - 2007.- Вып. 5. - С. 78-86.
5. Лосев А.Ф. История античной эстетики: Софисты. Сократ. Платон / А.Ф. Лосев. – М., 1969.
6. Михалева О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности / О.Л. Михалева. – М., 2001. – 118 с.
7. Михальская А.К. Основы риторики. Мысль и слово / А.К. Михальская. – М. : Просвещение, 1996. – 416 с.
8. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : автореф. дис. ...док. фил. наук / О.Н. Паршина. – Саратов, 2005.
9. Репина Е.А. Психолінгвістическіе параметри политическогo текста: на материале программных и агитационных текстов различных политических партий конца 90-х гг. XX в. : автореф. дис. ...канд. фил. наук / Е.А. Репина. – М., 2001.
10. Шейгал Е.И. Театральность политическогo дискурса / Е.И. Шейгал // Единици языка и их функционирование. - Вып. 6. - Саратов, 2000.
11. www.usgov.com

Кулиш Т. Вербалізація агональності в політичеському дискурсе.

В статтє проаналізовано агональний тип вербального взаємодїєвня на матеріалє американського політичеського дискурса, установленє и проілюстрованє стратегіє и тактикі, которє ісползуются для победы в політичеській борбє, которє воплоцаются в соответствующих типах политических текстов. Установлено, что ведущими стратегиями реализации агональности являются стратегия на снижение статуса оппонента, стратегия возвышения собственного статуса и стратегия театральности, которые, соответственно, коррелируют с тремя типами политических текстов: агрессивным, энергичным и эпатажным. Определяющими факторами для выражения конфликтности и конкурирования дискурсов участников политической коммуникации, а также для скрытой вербальной агрессии в адрес оппонента с целью собственной положительной самопрезентации на политической арене являются персуазивность политическогo дискурса и рекламная природа политических дебатов.

Ключевые слова: *политический дискурс, агональность, коммуникативные стратегии и тактики, агрессивный тип текстов, энергичный тип текстов, эпатажный тип текстов.*

Kulich T. Verbalization of agonality in the political discourse.

The article examines the agonal type of verbal interaction on the material of the American political discourse, it describes and illustrates the strategies and tactics used to win the political struggle, which are embodied in the respective types of political texts. It has been found that the main agonal strategies are: strategy to reduce the status of the opponent, strategy of self-promotion and theatrical strategy, which correlate respectively with the three types of political texts : aggressive, energetic and bodacious. The determining factors for the expression of conflicts and competing discourses of the participants of political communication, as well as for the implicit verbal aggression against the opponent for the sake of one's own positive self-presentation in the political arena are persuasiveness of the political discourse and the promotional nature of political debates.

Key words: *political discourse, agonality, communicative strategies and tactics, aggressive type of texts, energetic type of texts, bodacious type of texts.*

Оксана Любімова
(Чернівці)

УДК 801.6:821.161.2

ЯМБІЧНІ РОЗМІРИ В ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКІЙ ПОЕЗІЇ 80-х РОКІВ ХІХ СТОЛІТТЯ

У статті розглянуто західноукраїнську поезію у зрізі метрики та ритміки. На основі віршознавчого аналізу значного масиву українських поетичних творів передостаннього десятиріччя ХІХ віку визначено тенденції розвитку метричного репертуару та виявлено типологічні риси основних форм. В окреслений період поети апробували значний масив силаботонічних розмірів поміж яких домінували двоскладові (76,2% від усіх силаботонічних текстів).

Серед двоскладовикiв превалював п'ятистоповий ямб (42%) iз «висхiдним» (за М. Гаспаровим) ритмом. У сегментi ямбiчних розмiрiв уживаними були також чотиристоповики, у яких переважав «традицiйний» ритм, тристоповики, шестистоповi цезурованi ямби, восьмистоповi цезурованi ямби, а також врегульованi та нерегульованi ямбовi рiзностоповi структури. Помiж врегульованих ямбових рiзностоповикiв (19,6% вiд ямбiчних творiв перiоду) доминували вiршi з чергуванням чотиристопових та тристопових рядкiв – Я4343 (29,8%). Поети також застосували розмiри Я5252, Я44442, Я6665, Я6262, Я3232, Я4242, Я43434343, Я43442, Я4445, Я4455, Я4544, Я5353, Я5354, Я5442, Я5542, Я5552 та iн. Серед нерегульованих ямбових рiзностоповикiв (3% вiд ямбiчних творiв перiоду) зафiксовано такi форми: Я3-6, Я5-6, Я2-6, Я4-5.

Ключовi слова: версифiкацiя, силабо-тонiка, метрика, ритмика, вiршовий розмiр, понадсхемний наголос, зрушення наголосу, цезура, ямб.

Постановка наукової проблеми. Вивчення нацiональної версифiкацiї передбачає розгляд поетичного матерiалу як за перiодами, наприклад, десятилiттями (див. 3, 4, 5, 8, 1 – М. Гаспаров, Н. Костенко, Б. Бунчук), так i за окремими формами (див. М. Гаспаров, Н. Костенко). Потрiбно також враховувати й специфiку розвитку нацiональних лiтератур: у ХІХ ст. схiдноукраїнська поезiя зазнавала впливу російської лiтератури, захiдноукраїнська – польської та нiмецької лiтератури (див., напр., В. Мальцев).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про ямбовi розмiри в українській поезiї кiнця ХІХ ст. писали Г. Сидоренко, Н. Костенко, Б. Бунчук. Однак, вони вивчали версифiкацiю найбільших поетiв цього перiоду.

Мета статтi – розглянути всi ямбовi форми цiлого пласту митцiв окресленого часового вiдтинку.

Виклад основного матерiалу дослідження. Захiдноукраїнськi автори в зазначене десятилiття застосували багату палiтру силабо-тонiчних розмiрiв. Найбiльшими «шанувальниками» силабо-тонiки у цей перiод були І. Франко (частка силабо-тонiчних творiв поета становить 93,25% вiд усiх його вiршiв 80-х рокiв), У. Кравченко (84,7%) та О. Маковей (83,3%). Традицiйно переважають двоскладовi розмiри – 76,2% вiд усiх силабо-тонiчних текстiв перiоду. У поетичному набутку захiдноукраїнських авторiв серед двоскладовикiв панiвним виступає п'ятистоповий ямб, частка якого становить 42% вiд двоскладових розмiрiв i 32% вiд усiх силабо-тонiчних структур перiоду. Значну кiлькiсть творiв, укладених Я5, фiксуємо у творчостi І. Франка та У. Кравченко. Дослiдник Франкової версифiкацiї Б. Бунчук так трактує превалювання 5-стоповика у поетовiй творчостi: «Разюча перевага цього розмiру може бути пояснена тяжiнням поета до класичних форм романського походження: поет створив 72 сонети, чотири твори написав октавами, три – терцинами» [1, с. 141]. Не дивним видається перевага Я5 у поетичному активi У. Кравченко, адже як Франкова учениця, вона орiєнтувалася на вiршовi форми поета-наставника, тому її ямбiчнi п'ятистоповики в основному також засвiдченi в сонетах. У поетичнiй спадщинi І. Франка 80-х рокiв цим розмiром укладено 110 творiв, що становить 35,5% вiд усiх силабо-тонiчних вiршiв автора. В У. Кравченко вiдсоток Я5 складає 47 (44 твори).

Зосередимося на ямбiчних розмiрах детальнiше.

До тристопового ямба у зазначене десятилiття звертався лише С. Воробкевич. Серед його силабо-тонiчного масиву цим розмiром витримано 27% вiд ямбiчних i 17% вiд усiх силабо-тонiчних творiв поета. Загалом частка Я3 вiд усiх силабо-тонiчних текстiв захiдноукраїнських авторiв 80-х рокiв – 1,4%, його процент вiд ямбiчних творiв становить 2,4.

Рiзниця у наголошуваностi сильних I – III i слабкої II стопи у тристопових ямбах С. Воробкевича така: «Лети здорова, пташко...» (1882) – 20,8 – 41,6%; «Могила співака» (1884) – 29–33%; «Дiвчино чорноброва» (1885) – 37,6 – 41,6%; «Здорова будь, дiвчино...» (1885) – 40 – 53,3%; «Де з журавлем криниця...» (1885) – 45 – 60%; «Лежить тут перед нами...» (1887) – 45,9 – 60,4%; «Марiйка iз Розтiк» (1888) – 66,8 – 71%.

До прикладу наведемо початок поезiї «Лети здорова, пташко...»:

Лети здорова, пташко,	U L U L U L U
в чужий, далекий край;	U L U L U L

та скоро, дружко мила, 0 1 0 1 0 1 0
назад до нас вертай! (С. Воробкевич). 0 1 0 1 0 1

Усереднена схема акцентуації стоп у Воробкевичевих тристоповиках, а отже і в західноукраїнського ЯЗ 80-х років XIX століття загалом, виглядає так:

I	II	III
90	49	100

Різниця між наголошеністю I – III і II стоп становить 41 – 51%. Середній процент рядків із понадсхемними наголосами у творах, написаних ЯЗ, сягає 5.

Чотиристоповий ямб (19,3% від ямбічних і 11,7% від усіх силабо-тонічних творів) у своїй творчості цього періоду апробували всі автори, за винятком К. Попович. У поетичному масиві І. Франка Я4 укладено 36 віршів, що становлять 10,5% від усіх поетових творів цього часового відрізка. Чимало чотиристоповиків фіксуємо у творчості В. Масляка та О. Маковея. У першого автора на цей розмір припадає 55,5% від усіх силабо-тонічних творів поета, у другого – 43,5%.

В означене десятиліття «традиційний» тип ямба у чотиристоповиках західноукраїнських поетів утримує панівну позицію. Вірші з превалюванням наголошуваності II стопи складають 64,3% від усього поетичного матеріалу. У творах з альтернуючим ритмом різниця між сильною II та слабкою I стопами коливається в діапазоні 15,7 – 41,6%.

Найменшу різницю спостерігаємо в поезії В. Масляка «Христос воскрес!» (1887) – 9,5%, найбільшу – у вірші У. Кравченко «Куди не звернусь, скрізь твій зір...» – 42%.

Наведемо першу строфу твору В. Масляка «Христос воскрес!»:

<i>Христос воскрес! Летять горою</i>	0 1 0 1 0 1 0 1 0
<i>Ключем загнупишись журавлі;</i>	0 1 0 1 0 0 0 1
<i>Летять з далекої землі,</i>	0 1 0 1 0 0 0 1
<i>З країв тепла назад к півночі</i>	0 1 0 1 0 1 0 1 0
<i>Ділитись нашою судьбою...</i>	0 1 0 1 0 0 0 1 0
<i>Природа вся, по довгім зною,</i>	0 1 0 1 0 1 0 1 0
<i>Мов голуб приязно гуркоче;</i>	0 1 0 1 0 0 0 1 0
<i>Чутна ціла теплом, весною!</i> (В. Масляк).	0 1 0 1 0 1 0 1 0

Усереднені дані наголошуваності стоп в оригінальних творах західноукраїнських авторів з альтернуючим ритмом виглядають так:

I	II	III	IV
68	93	58	100

Різниця між II та I стопами складає 25%.

«Архаїчну» структуру зберігають 35,7% усіх чотиристоповиків. Деякі з цих творів, за своїми акцентуаційними особливостями, близькі до рівнонаголошення I та II стоп – 4,3 – 5% (у поезіях О. Маковея «У бій ідім без заохоти...» (1887) і «Молох» (1888). В одному із поетових віршів, що входять до циклу «Думки і образки», – «Панотчик смачно попоїв» (1887) I і II стопи рівнонаголошені. Наведемо акцентну схему цієї поезії:

I	II	III	IV
85,5	85,5	41,7	100

У частині творів «архаїчний» ритм стійкіший – різниця між стопами складає у середньому 11 – 25% (у віршах У. Кравченко «Ой чий же се журливий тон...» (1889), О. Маковея «Кругом, кругом широке поле» (1885) і «Джерело» (1886).

Середня акцентуація стоп у творах з «архаїчною» ритмічною структурою має такий вигляд:

I	II	III	IV
89	76,6	47,7	100

Різниця між сильнішою I та слабшою II стопами у творах з «архаїчним» ритмом становить 12,4%.

Загальна картина наголошуваності стоп усіх оригінальних творів західноукраїнських поетів 80-х років, витриманих у річищі 4-стопового ямба, така:

I	II	III	IV
78,5	84,8	53	100

У середньому, різниця між II та I стопами становить 6,3%. Процент повнонаголошених рядків у творах із «традиційною» та «архаїчною» структурою становить 28,4 і 17,7 відповідно. Усереднений відсоток повнонаголошених версів у поезіях з ритмом Я4 – 23. Загальний процент рядків із понадсхемними наголосами – 12,5.

Майже у всіх поетичних творах, витриманих у річищі Я4, західноукраїнські автори дотримувалися «чистоти» розміру, винятком є поезії І. Франка «Ув'язненим руським людям» (1882) та «Пісня руського бурсака» (1884) – у 9-у рядку фіксуємо дольник («Над все мені мила руська мова»). У творі У. Кравченко «Дрібний мій цвіте, Prima vera!...» (80-і роки) на тлі чотиристопового ямба з'являються два рядки Я5 (18%). У вірші В. Масляка «Чому?» (1887) в останніх двох катренах наявні два рядки Я2 (10%). Однак в окремих творах спостерігаємо чимало понадсхемних наголосів. Так, у поезії С. Воробкевича «Мое завіщанє» (1886) їхня частка становить 15%, у творі В. Масляка «В перші роковини смерті незабутого Володимира Барвінського» (1884) – 22,5%, в поезії «Куди не звернусь, скрізь твій зір...» У. Кравченко – 33,3%, а в другому вірші поетеси «Чи в блисках сонця неба стеля...» (1882) – 40%.

Окрім уже згадуваних І. Франка та У. Кравченко, «прихильником» п'ятистопового ямба в окреслене десятиліття був О. Маковей. Частка Я5 від усіх ямбічних віршів періоду становить 52,7% і 32% від силабо-тонічних поезій.

В українському 5-стоповику 80-х років панівним виступає висхідний ритм – 46,4%. У творах І. Франка форми із названим ритмом становлять 56%, в У. Кравченко – 25%. У віршах спостерігаємо дотримання поетами цезурового поділу в основному після другої стопи. До прикладу наведемо першу строфу сонета У. Кравченко «В житті є щось, чого не знала я!...», в якому спостерігаємо згаданий вид ритму, його метричну та ритмічну схеми:

В житті є щось, чого не знала я! 01010||000101
Колись в уяві світ чудовий снівся, 00010||101010
ввесь блиском правди і краси мінився; 11010||001010 п/сх
до нього рвалася душа моя (У. Кравченко). 010100||0101

I	II	III	IV	V
71,5	93	64,3	64,3	100

Усереднина схема акцентуації стоп в усіх оригінальних творах з висхідним ритмом має такий вигляд:

I	II	III	IV	V
78,1	89,7	66,7	70,2	100

Частка повнонаголошених рядків у віршах з названим ритмом становить 16,2%.

П'ятистопові ямбічні структури, у яких наявний спадний ритм, характерні для 39,2% від усіх Я5. Така будова найбільше притаманна творах У. Кравченко (63,6%). Названий ритм властивий поезії О. Маковей «В простір безмежний духом я злетів» (1887). Частка повнонаголошених рядків у п'ятистоповиках У. Кравченко коливається в межах 14,3 – 18,8%. Найменший показник повнонаголошеності рядків у творах поетеси з названим ритмом – 7% (сонети «Мені не жаль» та «Мов рана, думка ся мене болить...» (обидва – 1886), найбільший – 20% («На світі сонце, воля, радість, рух...» (1886). 0% повнонаголошених рядків в її поезіях «І труд наш – се той цвіт, що сад вкриває...» (80-і роки) і «На скорб і голод має тих, що на дні...» (1886). У творі О. Маковей частка таких рядків сягає 26%. У середньому кількість повнонаголошених рядків у Я5 зі спадним ритмом становить 15,7%.

Середні показники наголошуваності стоп у поезіях зі спадним ритмом такі:

I	II	III	IV	V
80,5	84,6	75	62	100

Для 13,7% усіх п'ятистоповиків характерний альтернуючий тривершинний ритм. Структури із сильною I, III і V стопами у 5-стоповиках І. Франка становлять 15%, у віршах У. Кравченко – 11,3%.

Частка повнонаголошених рядків у Я5 з альтернуючим ритмом у віршах У. Кравченко коливається в діапазоні 14,2 – 18,8% (сонети «Ми йдем до тих, що смерть несуть на шлях...» і «Куди не глянеш – все у нас в руїні...», поезія «Хотя й в життю моїм нема проміння...» (80-і). Найнижчий процент – 7% повнонаголошеності рядків фіксуємо у сонеті авторки «Хай спогад злиднів, почуття вини...» (80-і), найвищий – 50% у сонеті «Суботній вечір. І хоч обіг крові...» (1886).

Загальна картина акцентуації стоп у віршах поетів з альтернуючим ритмом має такий вигляд:

I	II	III	IV	V
86,3	67,8	80,4	74	100

Середній показник повнонаголошених рядків у творах з часто наголошуваними I, III і V стопами – 21%.

Усереднена схема наголошуваності стоп усіх творів авторів Західної України 80-х років XIX століття, укладених Я5, така:

I	II	III	IV	V
81,6	80,7	74	68,7	100

Загалом кількість повнонаголошених рядків становить 24%. Процент версів із понадсхемними наголосами – 16.

Щодо «чистоти» розміру Я5 цього періоду, то в багатьох творах спостерігаємо «вкраплення» у канву основного ритму іншорозмірних рядків, найчастіше це рядки шестистопового ямба. У п'ятистоповиках І. Франка іншорозмірні рядки засвідчено у 14 творах. Це, переважно рядки, укладені Ябц, інколи верси Я2, Я3 і Я4, утворені внаслідок розриву рядка («Диділія», 1886, «Пролог, написаний Іваном Франком... в пам'ять 50-тих роковин смерті Івана Котляревського», 1888, «Смерть Каїна», 1889). 4 рядки Я2 (12% від загальної кількості версів) наявні у вірші «Душа моя! Душе душі моєї!» (1888). У п'яти поезіях фіксуємо «несилабо-тонічні» рядки.

По одному рядку Ябц фіксуємо у сонетах У. Кравченко «Се він! Се геній народа живе!...», «В промінню тім перлиться мла слізьми...» (1885) та у віршах «Брехня й омана в світі все горою...» (1886), «Хотя й в життю моїм нема проміння...», «О, заки в далеч відійду незнану...» (80-і роки). По два рядки шестистоповика наявні у сонетах поетеси «Чом сестро, у життя весні вкриваєш...», «Чого так рано...», «Над Пробобем» (усі – 1885), «Добра бажаємо... Сліз голосіння...», «І труд наш – се той цвіт, що сад вкриває...» (80-і роки). Один рядок Я4 наявний у поезії «О, не любов забути я бажаю...» (1885), (2-й рядок: «*палку любов, любов дівочу...*» $\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup$), та у творі «Чи лиш одно-однісіньке слово: «зрада»...» (80-і), (3-й рядок: «*Чи ж доти у душі лунатиме...*» $\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup$), у цьому творі перший верс – «несилабо-тонічний». У вірші поетеси «Так! Віщий зір його я обманула...» (1884) наявний один рядок Ябц (38-й: «*Коли б ти, господи, зробив ласкаве чудо...*» $\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup$), один – Я4 (48-й: «*Спокій мій... щастя... це омана...*» $\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup\cup$) і останній рядок – Я2 зі зрушенням наголосу («*...лиш не для себе...*» $\cup\cup\cup\cup\cup$). У вірші «Куди ти, сестро, смілий лет звертаєш?...» (1886) Я5 укладено 85,7% усіх рядків, решта – 14,3% припадає на Ябц. У творі «Ведеться боротьба в людському роді...» (1886) Ябц витримано 17,6% рядків. У поезіях «Коли подумаю, як те життя минає...» і «Новий лад» (обидві – 1886) на рядки Ябц припадає по 25%.

Шість разів у цей період до Ябц вдався І. Франко (1,75% від усіх творів автора) та один раз звернулася У. Кравченко (1%). За спостереженнями Б. Бунчука, шестистоповики І. Франка поділяються на два ритмічні види: з симетричним двочленным ритмом («Чом так тривожно б'єсь у мене серце в груди...» (1880), «Не бійтеся тюрми!» (1880), «Беркут» (1883), «Святовечірня казка» (1883) і несиметричним альтернуючим ритмом («Сонети-невільники», «Рідне село» (обидва – 1880).

Шестистоповик У. Кравченко представлений семирядковою поезією «Із ранніх днів...» (1884). Ритм витримано чітко, цезура зміщена – чоловіча і жіноча.

Загальний акцентний малюнок захiдноукраїнського Ябц 80-х рокiв такий:

I	II	III	IV	V	VI
91	73	82,3	91	72	100

Усереднений процент рядкiв з обтяженнями становить 14,3.

Я8ц характерний для одного вiрша-строфи I. Франка «Як та опука вiд скали...» (1883) надрукованому у «Моему Измарагдi», однак цей твiр був автором перероблений у ямбiчний рiзностоповик Я4343.

19,6% вiд ямбiчних i 11,9% вiд усiх силабо-тонiчних структур перiоду припадає на врегульованi ямбовi рiзностоповики. До названого розмiру вдалися усi автори окресленого десятилiття. Чергування чотиристопових та тристопових рядкiв характерне для 29,8% вiд усiх рiзностоповикiв. До Я4343 зверталися I. Франко, С. Воробкевич, О. Маковей, В. Масляк i К. Попович. У вiршi С. Воробкевича «Скит Манявський» (1885) кожна строфа закинчується «несилабо-тонiчними» рядками:

<i>Де над Манявов лiс густий,</i>	uuuu u uu
<i>давно там скит стояв;</i>	uuuu
<i>там православ'я хрест святий</i>	uuuu u uu
<i>до неба ся здiймав.</i>	uuuu
<i>Черцi побожнi жили там,</i>	uuuu u uu
<i>як в Києвi живуть;</i>	uuuu
<i>що-дня гудiв величнiй храм</i>	uuuu u uu
<i>вiд милозвучних нут:</i>	uuuu
<i>«Пресвятая Богородице,</i>	uuuu uuuu
<i>спаси нас!» (С. Воробкевич).</i>	uu

Не виявила iнтересу до ритму Я4343 лише У. Кравченко, однак поетеса дала багато iнших цiкавих схем рiзностопових ямбiв, серед них такi: Я5252, Я44442, Я6665, Я6262.

Я5252 властивий вiршам У. Кравченко «Люблю тебе, народе мiй убогий...», «Голодна я i жити вже не годна...», «О, не вгасай менi, моє ти ранне Соненько ясне!...», «Я ваша!...» (усi – 1884), «Гей, у чужiй найшлась я сторононьцi...» (1886), «Солодка ноче, ноче повна дива...», «Нi, ти не влив, мiй отче, в серце бiдне...», «Чом ти мене думками надiлила...», «Вiдвернуся – втечу, маро, вiд тебе!...» (80-i роки). В останнiй поезiї фiксуємо iншорозмiрнi рядки (Д4 – 3-й, Я3 – 10-ий (10% вiд усiх рядкiв) та зрушення наголосу. Наведемо першу строфу вiрша:

<i>Вiдвернуся – втечу, маро, вiд тебе!...</i>	uuuu u uu	□ □ Я5
<i>Досить терпiнь,</i>	uuu	зр/н
<i>досить душа моя йшла за тобою,</i>	uuuu uuuu uuuu	Д4
<i>неначе тiнь... (У. Кравченко).</i>	uuuu	Я2

Я44442 характерний для вiрша поетеси «Береза шумно шелестить...» (80-i роки), Я6665 написано поезiю «Ведеться боротьба...» (1886). Впорядкованим Я6262 i Я5252 укладено твiр «Молодим» (1884).

Найбiльше рiзностопових впорядкованих ямбiчних структур фiксуємо в I. Франка. За даними Б. Бунчука, у цей перiод поет застосував новi розмiри: Я3232, Я4242, Я43434343, Я43442, Я4445, Я4455, Я4544, Я5353, Я5354, Я5442, Я5542, Я5552, Я55555566, Я555555555556, Я555555555555, Я5566, Я6655.

Низку рiзностоповикiв апробував С. Воробкевич. У сегментi поетових ямбiчних структур фiксуємо такi: Я434344 («Коня вже хлопець осiдав...», «В вiльшинi там малий млинок...» (обидва – 1881), Я4343443 («Там в долi явiр i верба...», 1881), Я443443 («Смерть козака», 1887), Я33334433 («Як лист на деревинi...», 1883), Я33334333 («Пiд дубом кучерявим...», 1885).

Неврегульованими ямбовими рiзностоповиками укладено 3% вiд ямбiчних i 1,8% вiд усiх силабо-тонiчних творiв перiоду. До такої форми вiрша зверталися I. Франко та У. Кравченко. Каменяр апробував розмiри Я3-6 (байка «Вiвця i Цап», 1884) та Я5-6 («Чи олово важке пливе у моїх жилах...», 1880). У. Кравченко застосувала такi ямбiчнi невпорядкованi рiзностоповики: Я2-6 («Могутня хвиле, в стiни кременистi...», 1885) i Я4-5 («Раз тiльки Prima vera – цвiт...»).

Висновки дослідження. Отже, в означене десятиліття захiдноукраїнськi поети апробували значний масив силабо-тонiчних розмiрiв. Найчастiше силабо-тонiчнi форми в цей часовий вiдрiзок застосовували І. Франко, У. Кравченко та О. Маковей. Традиційно переважали двоскладовi розмiри (76,2% вiд усiх силабо-тонiчних текстiв перiоду). Панiвним виступав п'ятистоповий ямб (42% вiд двоскладових розмiрiв i 32% вiд усiх силабо-тонiчних структур десятиліття). Значну кiлькiсть творiв, укладених Я5, фiксуємо у творчостi І. Франка та У. Кравченко. У сегментi ямбiчних розмiрiв уживаними були також чотиристоповики, тристоповики, шестистоповий цезурований ямб, восьмистоповий цезурований ямб, а також врегульованi та нерегульованi ямбовi рiзностоповi структури. **Перспективи подальших наукових розвiдок.** Одержанi данi нашої розвiдки увиразнюють та конкретизують загальну картину особливостей вiршових форм української поезiї 80-х рокiв ХІХ сторiччя, надають чимало нового до оцiнки нацiональної версифiкацiї окресленого перiоду. Результати здiйсненого нами дослідження можуть слугувати зручним та вагомим матерiалом для зiставлення з подiбними вiршознавчими спробами iнших лiтературних етапiв.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бунчук Б. Вiршування Івана Франка : моногр. / Борис Бунчук ; [наук. ред. д. фiлол. н., проф. Мельничук Б. І.] ; Чернiв. держ. ун-т iм. Ю. Федьковича. – Чернiвцi : Рута, 2000. – 308 с.
2. Воробкевич С. Твори Ізидора Воробкевича : в 3 т. / С. Воробкевич. – Львiв : Просвiта, 1909. – Т. І. – 417 с.
3. Гаспаров М. Л. Современный русский стих. Метрика и ритмика / М. Л. Гаспаров. – М. : Наука, 1974. – 487 с.
4. Гаспаров М. Л. Очерк истории русского стиха. Метрика, ритмика, рифма, строфика / М. Л. Гаспаров. – М. : Наука, 1984. – 314 с.
5. Гаспаров М. Л. Очерк истории европейского стиха / М. Л. Гаспаров. – М. : Наука, 1989. – 304 с.
6. Історiя української лiтератури. Кiнець ХІХ – початок ХХ ст.: у 2 кн. : пiдруч. / О. Д. Гнiдан, Г. Ф. Семенюк, Н. М. Гаєвська [та iн.]; за ред. проф. О. Д. Гнiдан. – К. : Либiдь, 2006. – Кн. 2. – 496 с.
7. Качуровський І. Метрика : пiдруч. / І. Качуровський ; [гол. ред. М. С. Тимошик, ред. Л. Л. Щербатенко]. – К. : Либiдь, 1994. – 120 с.
8. Костенко Н. В. Українське вiршування ХХ столiття: навч. посiб. – 2-ге вид. випр. та допов. / Н. В. Костенко. – К.: Київ. ун-т, 2006. – 287 с.
9. Кравченко У. Рiма veга : зб. поезiй / Уляна Кравченко. – Львiв : Наклад. Євг. Олесницького, 1885. – 37 с.
10. Кравченко У. Вибранi твори / Уляна Кравченко ; [вступ. ст. А. А. Каспрука]. – К. : Держлiтвидав УРСР, 1958. – 498 с.
11. Маковей О. Поезiї / Осип Маковей. – Львiв : наклад. К. Паньковського, з друк. Наук. т-ва iм. Шевченка, 1895 (обкл. 1894). – 136 с.
12. Мальцев В. С. Українське вiршування перших десятирiч ХІХ столiття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фiлол. наук : спец. 10. 01. 06 «Теорiя л-ри» / В. С. Мальцев ; Терноп. нац. пед. ун-т iм. В. Гнатюка. – Тернопiль, 2007. – 20 с.
13. Масляк В. З чорного шляху : поезiї / Володимир Масляк (Залуквич). – Львiв : Накладом редакцiї «Зорi», 1897. – Т. 2. – 182 с.
14. Попович К. Твори / Климента Попович ; [упоряд. П. Г. Баб'як]. – Львiв : Каменяр, 1990. – 61 с.
15. Сидоренко Г. К. Вiд класичних нормативiв до верлiбру / Г. К. Сидоренко. – К. : Вища школа, 1980. – 182 с.
16. Франко І. Зiбрання творiв : у 50 т. / Іван Франко ; [редкол.: Є. П. Кирилук (голова), Б. А. Деркач, Ф. П. Погребенник та iн.]. – К. : Наук. думка, 1976 – 1986. – . – Т. 1 / [ред. тому Н. Л. Калиниченко ; упоряд. та коментарi М. С. Грицютий, Н. Л. Калиниченко]. – 1976. – 503 с., Т. 2. / [ред. тому І. І. Басс ; упоряд. та коментарi І. І. Басса, В. Я. Герасименка, А. А. Каспрука]. – 1976. – 544 с., Т. 26 / [ред. тому В. Л. Микитась, С. В. Щурат ; упоряд. та коментарi Н. О. Вишневської та iн.]. – 1980. – 463 с.

Любимова О. Ямбические размеры в западноукраинской поэзии 80-х годов XIX века.

В статье рассмотрена западноукраинская поэзия с точки зрения метрики и ритмики. На основе стиховедческого анализа значительного массива украинских поэтических произведений предпоследнего десятилетия XIX века определены тенденции развития метрического репертуара и выявлены типологические черты основных форм. В данном десятилетии поэты апробировали значительный массив силлабо-тонический размеров среди которых доминировали двухсложные (76,2% от всех силлабо-тонических текстов). Среди двухсложных размеров преобладал пятистопный ямб (42%) с «восходящим» (по М. Гаспарову) ритмом. В сегменте ямбических размеров употребляемыми также были четырехстопные ямбы, в которых преобладал «традиционный» ритм, трехстопные ямбы, шестистопные цезурированные ямбы, восьмистопные цезурированные ямбы, а также урегулированные и неурегулированные ямбические разностопные структуры. Среди урегулированных ямбических разностопных структур (19,6% от ямбических

произведений периода) доминировали стихи с чередованием четырехстопных и трехстопных строк – Я4343 (29,8%). Поэты также применили размеры Я5252, Я44442, Я6665, Я6262, Я3232, Я4242, Я43434343, Я43442, Я4445, Я4455, Я4544, Я5353, Я5354, Я5442, Я5542, Я5552 и др. Среди неурегулированных ямбических разностопных структур (3% от ямбических произведений периода) зафиксированы такие формы: Я3-6, Я5-6, Я2-6, Я4-5.

Ключевые слова: стихосложение, силлабо-тоника, метрика, ритмика, стихотворный размер, внесхемное ударение, сдвиг ударения, цезура, ямб.

Lyubimova O. Iambic Metres in West Ukrainian Poetry of 1880s.

The article explores West Ukrainian poetry in terms of meter and rhythm. The versification analysis of 1880's Ukrainian poetry reveals trends of metric repertoire development and basic forms typological features. During this period the poets tested a vast array of accentual-syllabic metres, dominated by disyllables (76.2% of all syllabic-tonic texts). Among disyllables, iambic pentameter (42%) with ascending rhythm (according to M. Gasparov) was most widely used. Among iambic metres, tetrameters with predominantly 'traditional' rhythm, trimeters, caesured iambic hexameter, caesured iambic octameter, as well as fixed and unsettled iambic structures varying in the number of feet are quite common. Among the fixed iambic structures (19.6% of iambic works of the period) verses with alternating tetrameters and trimeters dominated – I4343 (29.8%). Poets also tried I5252, I44442, I6665, I6262, I3232, I4242, I43434343, I43442, I4445, I4455, I4544, I5353, I5354, I5442, I5542, I5552 et al. Among the unsettled iambic structures (3% of iambic works of the period) the following forms: I3-6, I5-6, I2-6, I4-5, are recorded.

Key words: versification, syllabic-accentual versification, metrics, rhythmic, metre, supraschemic accent, stress shift, caesurae, iamb.

Олеся Лященко
(Київ)

УДК 811.111+81.42'55

**ЕКСПРЕСИВНІСТЬ ЯК ІМАНЕНТНА ОЗНАКА НАУКОВОГО ТЕКСТУ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ СТАТЕЙ ГЕОЛОГІЧНОЇ ТЕМАТИКИ)**

Проаналізовано наукову працю як продукт когнітивного й емоційного пізнання дійсності. Автор постулює думку, що категорія експресивності експлікується у мовних ситуаціях, коли суб'єкт наукового мовлення дає оцінку так званому старому знанню, дискутує з іншими вченими, моделює комунікативне повідомлення для реципієнта таким чином, щоб переконати його в правильності своєї точки зору. Показано, що експресивність постає невід'ємною складовою таких субтекстів наукової роботи, як міркування, полеміка, пояснення, уточнення, приклади тощо. Доведено, що на психологічному рівні експресивність виявляється через оціночне ставлення автора та його настанову на побудову діалогу з читачем. На лінгвістичному рівні серед маркерів експресивності доцільно вирізнити емотивні прикметники та прислівники, за допомогою яких оцінюються старе знання, питання і питання-відповіді, інверсію для коригування уваги реципієнта.

Ключові слова: науковий текст, суб'єкт наукового мовлення, експресивність, діалогічність

Постановка наукової проблеми. У сучасному науковому дискурсі увага до категорії експресивності як текстоутворюючого фактору спостерігається в теорії пізнання, наукознавстві, психології наукової творчості, теорії наукового дискурсу, психолінгвістиці, комунікативній лінгвістиці, функціональній стилістиці тощо.

Відправною точкою вивчення експресивності як стилістичного поняття можна вважати працю «Французька стилістика» (1909 р.) Ш. Баллі, нині ж склалось кілька підходів у дослідженні цієї категорії, серед них доцільно вирізнити лінгвістичний (Т.Г. Винокур, М.Н. Кожина, Г.Ф. Кузьміна, В.А. Чабаненко, Є.Ю. Чайковська та ін.), семасіологічний (С.Б. Берлізон, Л.М. Васильєв, О.С. Івасюк, Є.Ф. Петрищева, Т.А. Трипольська, О.П. Фролова та ін.), прагматико-комунікативний (Л.А. Кисельова, І.П. Ромашова та ін.).

У методологічних рамках прагматики складність дослідження категорії експресивності полягає в тому, що вона виступає, як правило, додатковим макрокомпонентом значення певного

мовного знака. У нашому дослідженні будемо орієнтуватися на розуміння експресивності як мовної категорії, що включає такі поняття, як емоційність, оцінність, виразність та образність, вербалізується на всіх мовних рівнях (словотворчому, лексичному, стилістичному, синтаксичному тощо) і слугує для вираження авторського комунікативного повідомлення і поглиблення впливу на реципієнта. Її вияв у тексті залежить не тільки від вміння адресанта створювати експресивний ефект, а й від здатності адресата розпізнати суб'єктивні сигнали, емотивне ставлення суб'єкта мовлення в тексті. Особливо складно інтерпретувати мовні ресурси експресивності в науковій праці, яка аргіює вважається продуктом раціонального мислення та характеризується строгим логічним викладом без широкого спектру засобів образності, характерних для художнього стилю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Осмисленню експресивності в науковій праці присвячено розвідки Н.В. Данилевської [3], О.М. Ільченко [5], М.Н. Кожині [6, 7], В.Г. Костенко [8], М.П. Котюрової [9, 10], Н.М. Пільгуй [12], Н.М. Разінкіної [14], Г.З. Хворенкової [15], Є.Ю. Чайковської [17] та ін., однак поза увагою вчених залишається емоціогенність текстів геологічної тематики, що обумовлює актуальність такого напрямку дослідження.

Мета цієї статті – проаналізувати лексичні й синтаксичні ресурси, за допомогою яких реалізується категорія експресивності в науковому тексті. Новизна роботи полягає у висвітленні змістових і формальних особливостей вербалізації експресивності у науковому тексті на прикладі англійських статей з геології. Джерельною базою дослідження стали видання журналу *Journal of Geography and Geology* за 2009-2013 рр.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У сучасному мовознавстві склалися дві протилежні думки про емоціогенність наукового тексту. Так, зокрема В.В. Одінецов [11] вважає недоцільним присутність експресивності в канві наукової праці, тоді як Л.Г. Бабенко [1], Н.В. Данилевська [3], М.Н. Кожина [7], В.І. Шаховський [18, 19] та інші трактують її як додатковий текстоутворюючий фактор. Появі першого підходу сприяло протиставлення чуттєвого і раціонального начал, яке бере свій початок у філософії та пізніше вплинуло на визначення й обґрунтування системи 5 стилів у мові. Слід зазначити, що традиційне виокремлення функціональних стилів мови нині зазнає змін, аксіоматичним стало спостереження, що кожен стиль залежно від змісту і завдань спілкування, різних екстралінгвістичних факторів може зазнавати «відхилень від середньої норми» та активізувати у своїй структурі «нетипові» семантичні елементи [13, с. 14]. Якщо ж аналізувати науковий стиль, то неповним було б трактування наукового тексту як продукту суто логічного мислення, головна мета якого – об'єктивно висвітлити спеціальну інформацію. Так, пізнання дійсності відбувається не тільки на логічному, а й на чуттєвому рівні, суб'єкт наукового мовлення насамперед дає оцінку так званому *старому знанню*, полемізує з іншими вченими, вибудовує стратегію переконання реципієнта у правильності своєї точки зору, зрештою, використовує, за словами психолога М.Г. Ярошевського, індивідуальний «категоріальний профіль мислення» [20, с. 72]. Слушним є твердження іншого психолога, М.А. Холодної, про існування персонального пізнавального стилю науковця – багатокомпонентної структури, яка включає низку стилів: пізнавального ставлення до навколишнього світу, постановки і вирішення проблем, переробки та кодування інформації [16, с. 125]. Роздуми про суб'єктивне начало в науковому тексті знаходимо і в працях лінгвіста М.П. Котюрової. Так, дослідниця вказує на можливість диференціації властивостей тексту на об'єктні (денотатні, предметно-тематичні) та суб'єктні, обумовлені рефлексивно-особистісною природою науково-пізнавальної діяльності [10]. В сукупності ці текстові характеристики впливають на зміст і форму наукового тексту, його лексичну, синтаксичну та графічну структуру, іншими словами, обумовлюють вибір автором наукової праці ресурсів для вербалізації його комунікативного повідомлення. На гносеологічному та психологічному рівні пізнавальний стиль науковця реалізується через план змісту і експлікує його ставлення до старого і нового знання, а також до реципієнта. На лінгвістичному (план вираження) спостерігається вживання емотивних або контекстуально емотивних мовних ресурсів, які допомагають реалізувати в тексті суб'єктивні, здебільшого оціночні, сигнали авторського мовлення.

Множинність оціночних сигналів суб'єкта наукового мовлення отримала визначення «пізнавальна оцінка» (ПО) у працях лінгвіста Н.В. Данилевської, котра, в свою чергу, стверджує, що ПО поєднує 2 невід'ємні аспекти людського пізнання – когнітивний (вказує на зв'язок з раціональною сферою пізнання) та емотивний (вказує на зв'язок з емоційною сферою пізнання) [3, с. 31].

Експресивність як текстова категорія тісно пов'язана з однією з найбільш виразних ознак наукового тексту, а саме з діалогічністю, теоретичне обґрунтування якої знаходимо в працях М. М.Бахтіна, Є.Д. Поливанова, Л.В. Щерби, Л.П. Якубинського та ін. Як справедливо зазначав М.М. Бахтін, «висловлювання наповнене «чужими» голосами, обертонами, що вказують на одночасний діалог мовця з тим, що було сказано до нього (*мистецькі традиції, суспільно-етичні цінності, старе знання – прим. авт.*), та адресатом з настановою на відповідь у майбутньому [2, с. 412].» У свою чергу, сучасні дослідники (зокрема, Р.А. Будагов, М.Н. Кожина, Є.А. Баженова) наголошують на діалогічності наукового мовлення та важливості екстралінгвістичних реалій для формування наукового стилю (соціальна сфера спілкування, специфіка трудової діяльності вченого, орієнтація на певний тип читацької аудиторії тощо), трактують науковий текст як інтертекст (діалог різних точок зору в рамках одного контексту), що «функціонує в інтердискурсі (певному семантичному просторі, де функціонує кілька дискурсів, об'єднаних спільною темою)» [3, с. 32] й відображає оціночне ставлення автора до того, що було сказано до нього, та комунікативну стратегію, сукупність лексичних, синтаксичних та графічних засобів, які автор використовує, щоб вплинути на реципієнта.

Обумовлюють появу діалогічності в науковому тексті такі його складові, як міркування, полеміка, експериментальне дослідження, докази, доповнення, уточнення, приклади. Для успішної й переконливої передачі інформації важливо вибрати такі засоби всіх рівнів мови, за допомогою яких можна було б забезпечити активізацію мислення читача з подальшим переконанням в істинності нового знання, викладеним суб'єктом мовлення.

Деякі дослідники пропонують розрізняти зовнішню (експліцитну) та внутрішню (імпліцитну) діалогічність наукового тексту [4, с. 106]. Зовнішня комунікація реалізується через адресованість тексту певному колу спеціалістів, рівень компетенції яких максимально наближений до знань автора комунікативного повідомлення і з якими автор може встановлювати паритетні відносини на рівні адресант-текст-адресат. Цю особливість легко простежити при зіставленні наукового тексту з науково-популярним, де суб'єкт мовлення змінює прагматику тексту, уникає складних термінів, подає неповний об'єм інформації, вибірково моделює доказову основу істинності інформації, адже в цьому випадку спеціаліст звертається до неспеціаліста.

Зовнішня діалогічність реалізується в науковому тексті таким чином:

1) вживання персоніфікаторів «we» і, рідше, «I» моделює образ групи авторів або автора, які розгортають власний дискурс у множинності голосів, «точок зору» в інтердискурсі певної наукової галузі або конкретної вузько специфічної ділянки знання: ***«Furthermore, we can take advantage to solve many forensic problems. The most popular application of forensic geology relates to legal investigations which can be very applicable for Iran. In addition to normal application of forensic geology in common criminology, it has high capacity to relieve some terrible destructive actions such as terrorism which is a serious problem in our neighborhoods.»*** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 2, No. 1, 2010, P. 77*), ***«I argue this failure can largely be explained by a combination of: (1) relaxing the Corporate Auto Fleet Efficiency (CAFE) standards during the 1990s, (2) a deliberate ramping-up of Saudi production in the 1980's to flood the market with oil, thereby, driving down prices and furthering the economic pressures on the Soviet Union as its foreign exchange earnings plummeted while trying to maintain a costly arms race with the U.S.A., (3) a complete lack of meaningful research and development by the American auto and trucking industries in technologies that would sever the connection to petroleum based fuels or substantially reduce it, and (4) a failure to reassess the Cold War stratagem regarding oil in a post Cold War setting especially given the industrialization of China and India and the accentuated instability associated with Islamist movements in the Middle East.»*** (*Journal of Geography and Geology; Vol. 5, No. 3; 2013, P. 47-48*).

2) безпосереднє звернення до читача через вживання займенника you”: ***«Here, we give you an example. The data in table 1 is a portion of input data used for testing. It was used as input data.***

In the table, the rows A and B are the coordinates, row C is numeric well identifier, the row D and E are well information, those are dependent data. Rows from F to L are independent data, those are seismic time information.» (*Journal of Geography and Geology; Vol. 1, No. 1; 2009, P. 49*)

3) у частинах *Introduction, Background, Discussion* відбувається своєрідний діалог автора з колегами, здійснюється критичний аналіз їхніх напрацювань, суб'єкт наукового мовлення погоджується або не погоджується з думками, гіпотезами, результатами і методами досліджень і т.д. інших вчених. Як правило, експресивні мовні засоби частіше вживаються в ситуації незгоди, негативної оцінки, критики. Зокрема, така модальність вербалізується за допомогою відповідних емотивних або контекстуально емотивних прикметників та прислівників у фразях на зразок **«*a relatively false conclusion*», «*the accuracy of TIGER files is of lesser quality*», «*these problems are very briefly described*», «*inadequate information on ... the issue*», «*inadequately tackled issue*», «*little further exploration work was undertaken*», «*dubious concerns*», «*this point is moot*», «*this is just simply untrue*», на думку дослідників, їхні попередники «*pay insufficient attention*», «*give little attention*»** (i.g. to certain problems), а інколи звучить і неприховане заперечення: **«*Subjectively, to this writer's chagrin, a corrigendum of Iannicelli incorrectly showed a 850 km horizontal scale bar and this correctively should instead be 850 m towards measurement of the lowland, gigantic, oriented DeKalb mounds.*»** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 5, No. 2; 2013, P. 37*). Варто зазначити, що аналіз статей із різних джерел показав досить стриману позитивну оцінку інших вчених. Найбільш часто вживані в схвальному контексті емотивні лексеми – **«*proper*»** або **«*properly*»** (i.g. properly analyzed, properly referred to the issue, etc.). Якщо дослідники погоджуються з поглядами своїх колег, то, як правило, звертаються до їхніх напрацювань без розлогих схвальних коментарів.

4) введення питальних речень, інколи й у назві статті, активізує читацьку увагу, налаштовує на спільний пошук відповідей автором та реципієнтом, скеровує процес сприйняття тексту адресатом, наприклад **«*What impact would removal of ethanol have on gasoline prices since its removal would produce an instantaneous demand for another 650,00 barrels of oil per day?*»** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 5, No. 3, 2013, P. 47*)

5) вживання риторичної фігури «питально-відповідальний хід», коли автор сам відповідає на своє питання, створює враження діалогу з реципієнтом: **«*Why the 2-dimension map exhibits the same complex dynamics with that arising from the 1-dimension map? Maybe the two-population interaction model poses a new question about the essence of chaos.*»** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 2, No. 1, 2010, P. 8*)

6) інверсія також спрямована на деавтоматизацію читацького сприйняття: **«*Of specific concern in this report, are gigantic, NE-SW oriented mounds that measure from 400 m to 1.2 km in their longest dimension.*»** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 5, No. 2; 2013, P. 31*)

7) вживання наказового способу дієслова привертає читацьку увагу до важливих деталей дослідження, статистичних даних і т.д.: **«*Note the wavy subsurface of the basal till.*»** (*Journal of Geography and Geology, Vol. 5, No. 3, 2013, P. 24*)

Внутрішній тип діалогічності реалізується у цитуванні інших дослідників, введенні чужої непрямой мови в мовлення адресанта комунікативного повідомлення.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Проаналізувавши специфіку вербалізації мовних експресивних засобів на ілюстративному матеріалі англomовних статей геологічної тематики, ми дійшли таких висновків: осягнення дійсності індивідом відбувається на раціональному й чуттєвому рівні, тому всі види його діяльності, в тому числі й наукова творчість, є продуктами функціонування когнітивної та емоційної складових психіки. Експресивність можна трактувати як додатковий текстоутворюючий фактор, який в науковому тексті слугує для вербалізації авторського ставлення до старого і нового знання, увиразнення авторських ідей, а також для привернення й активізації читацької уваги. Ця категорія реалізується в рамках прагматики наукового тексту, в якому адресант ставить за мету ознайомити адресата з результатами своїх спостережень, дослідів і т. д. і переконати в істинності нового знання. Експресивність реалізується в діалогічній структурі наукової праці за допомогою таких лексичних засобів, як персоніфікатори *we* і *I*, що моделюють образ автора комунікативного повідомлення, а також *you*, що оприявнює безпосереднє звернення суб'єкта наукового мовлення до реципієнта. Важливу роль відіграють

власне емотивнi та контекстуально емотивнi прикметники й прислiвники. На синтаксичному рiвнi вживаними є питальнi речення, питальнi речення з вiдповiдями суб'єкта наукового мовлення, також зрiдка застосовується стилiстичний засiб «iнверсiя». Внутрiшня дiалогiчнiсть тексту експлiкується через уведення чужої непрямой мови в текст наукової статтi. Появу емотивних значень обумовлює i сама структура наукової працi, зокрема такi її частини, як мiркування, полемiка, експериментальне дослiдження, докази, пояснення, доповнення, уточнення, приклади. Ступiнь вияву експресiї в науковiй працi залежить i вiд низки екстралiнгвiстичних факторiв: розвитку наукової думки, запитiв соцiального середовища, специфiки трудової дiяльностi i вiд персонального пiзнавального стилю науковця. Подальшi перспективи дослiдження експресивно-прагматичних мовних засобiв стосуються аналізу стилiстичних ресурсiв наукового стилю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке / Л.Г. Бабенко. – Свердловск: Изд-во Урал ун-та, 1989. – 184 с.
2. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975. – 502 с.
3. Данилевская Н.В. К вопросу об экспрессивности научного текста / Н.В. Данилевская // Вестник Пермского университета. Сер.: Российская и зарубежная филология. – 2012. – Вып. 6 (12). – С. 30-36.
4. Занiздра Н.О. Дiалогiчнiсть наукового мовлення // Вiсник КДПУ iм. М.В. Остроградського/ Н.О. Занiздра. – 2007. – Вип. 2 (43). – Ч. 1. – С. 103-106.
5. Ильченко О.М. The Language of Science: Semantics. Pragmatics. Translation. – Англійська мова науки. Семантика. Прагматика. Переклад: Пiдручник. Для студентiв вищих навчальних закладiв i науковцiв / О.М. Ильченко. – К.: НВП "Видавництво "Наукова думка" НАН України", 2009. – 288 с.
6. Кожина М.Н. О диалогичности письменной научной речи / М.Н. Кожина. – Пермь: Перм.ун-т, 1986. – 91 с.
7. Кожина М.Н., Титова Л.М. К вопросу об авторской индивидуальности в научном стиле речи / М.Н. Кожина, Л.М. Титова // Исследования по стилистике. – Пермь, 1976. – С. 110-120.
8. Костенко В.Г. Сологор І.Н. и др. Лексические средства реализации категории эмотивности в текстах научных медицинских статей / В.Г. Костенко, І.Н. Сологор // Альманах современной науки и образования. – 2012. – № 12 (67). – В 2-х ч. – Ч. I. – С. 73-76.
9. Котюрлова М.П. Стилистика научной речи / Учеб. пособие для студентов учреждений высш. проф. образования / М.П. Котюрлова. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 240 с.
10. Котюрлова М.П. Стилистика научной речи: проблемы категоризации семантики текста – Точка доступа – http://www.rusnauka.com/1_7_AND_2011/Philologia/4_89356.doc.htm
11. Одинцов В.В. Стилистика текста / В.В. Одинцов. – М.: Наука, 1980. – 263 с.
12. Пiльгуй Н.М. Мовнi засоби експресивностi в наукових текстах аграрної тематики / Н.М. Пiльгуй // Вiсник Харкiвського Нацiонального унiверситету iм. В.Н. Каразiна. – Сер.: Романо-германська фiлологiя. Методика викладання iноземних мов. – 2010. – № 896. – С. 123-130.
13. Плещенко Т.П., Федотова Н.В., Чечет Р.Г. Стилистика и культуры речи: Учеб. Пособие / Под ред. П.П. Шубы. / Т.П. Плещенко, Н.В. Федотова, Р.Г. Чечет. – Мн.: "ТетраСистемс", 2001. – 544 с.
14. Разинкина Н.М. Стилистика английской научной речи: элементы эмоционально-субъективной оценки / Н.М. Разинкина. – М.: Наука, 1972. – 168 с.
15. Хворенкова Г.З. Особенности экспрессивно-прагматической организации научной речи на английском языке. Дис. . канд. филол. наук / Хворенкова Г.З. – М., 2006. – 183 с.
16. Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. 2-е изд. / М.А. Холодная. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.
17. Чайковська Є.Ю. Поняття "емотивнiсть" та "експресивнiсть" у мовi науки / Є.Ю. Чайковська // Лiнгвiстика XXI столiття: новi дослiдження i перспективи. – К., 2010. – С. 279-287.
18. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1987. – 190 с.
19. Шаховский В.И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность. Сб.: Коммуникативные аспекты значения. / В.И. Шаховский. – Волгоград: Волгр. пед. ин-т, 1990. – С. 58-67.
20. Ярошевский М.Г. О генезисе субъекта научного познания / М.Г. Ярошевский // Вопр. философии. 1979. - № 6. – С. 68-80.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Chen Y. Modeling Complex Spatial Dynamics of Two-Population Interaction in Urbanization Process // Journal of Geography and Geology. –2010. – Vol. 2. – No. 1. – P. 2-17.
2. Iannicelli M. Misconceivment About the Formation of True DeKalb Mounds in DeKalb County, Illinois/ M. Iannicelli // Journal of Geography and Geology. –2013. – Vol. 5. – No. 2. – P. 31-43.
3. Mazhari A. An Introduction to Forensic Geosciences and Its Potential for Iran / A. Mazhari // Journal of Geography and Geology. – 2010. – Vol. 2. – No. 1. – P.77-82.

4. Martin M. Southern Minnesota: An Evolving Alternate Energy Frontier / M. Martin // Journal of Geography and Geology – 2013. – Vol. 5. – No. 3. – P. 44-55.
5. Zhao F., Le L. Fuzzy C-means Clustering for 3D Seismic Parameters Processing // Journal of Geography and Geology; Vol. 1, No. 1; 2009, P. 47-50.

Лященко О.А. Экспрессивность как имманентный признак научного текста (на материале англоязычных статей геологической тематики).

В статье анализируется научная работа как продукт когнитивного и эмоционального познания действительности. Автор выдвигает мнение, что категория экспрессивности эксплицируется в языковых ситуациях, когда субъект научной речи дает оценку так называемому старому знанию, дискутирует с другими учеными, моделирует коммуникативное сообщение для реципиента таким образом, чтобы убедить его в правильности своей точки зрения. Показано, что экспрессивность являет собой неотъемлемую часть таких субтекстов научной работы, как рассуждение, полемика, объяснение, уточнение, примеры и т.д. Доказано, что на психологическом уровне экспрессивность проявляется через оценочное отношение автора и его установку на построение диалога с читателем. На лингвистическом уровне среди маркеров экспрессивности целесообразно выделить эмотивные прилагательные и наречия, с помощью которых оценивается старое знание, вопросы и вопросы-ответы, инверсию для корректировки внимания реципиента.

Ключевые слова: научный текст, субъект научной речи, экспрессивность, диалогичность

Liaschenko O.A. Expressiveness as an Immanent Feature of a Scientific Text (based on the English geological articles).

In the article, the scientific work is analyzed as a product of cognitive and emotional perception of reality. The author puts forward an idea that a category of expressivity becomes apparent in language situations when a subject of scientific speech esteems so called old knowledge, disputes with other scientists, fashions one's communicative message to convince a recipient in the accuracy of one's point of view. A category of expressiveness is shown as an integral part of such subtexts of the research as Consideration, Discussion, Explanation, Clarification, Examples, etc. It is proved that on psychological level the expressiveness can be explicated through evaluative attitude of an author and his aim to build up a dialogue with a reader. On linguistic level among the markers of expressivity there should be distinguished emotive adjectives and adverbs that help esteem old knowledge, questions, questions and answers, and inversion designed to regulate a recipient's attention.

Key words: scientific text, subject of academic speech, expressiveness, dialogicity

Інна Петренко
(Вінниця)

УДК 81'42

ПАРАТЕКСТУАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МЕДІАТЕКСТУ

Визначено роль паратекстуальних елементів у формуванні прагматичного потенціалу сучасних англomовних медіатекстів на прикладі інформаційно-аналітичних статей англomовного журналу «The Economist» як яскравого прикладу сучасних глобальних ЗМІ, доведено актуальність дослідження мови засобів масової інформації та когнітивно-дискурсивних особливостей функціонування медіатекстів, окреслено основні тенденції розвитку та особливості функціонування медіапродукції у сучасному світі, визначені та охарактеризовані поняття «інтертекстуальність» та «паратекстуальність», вказані основні функції заголовка як актуалізатора прагматичного потенціалу медіатексту, проаналізовані засоби встановлення паратекстуальних зв'язків у сучасному медіатексті як на структурно-композиційному, так і на змістовому рівні, доведено повноцінність паратекстуальних елементів як чинників творення єдиної цілісності медіатексту.

Ключові слова: медіатекст, інтертекстуальність, паратекстуальність, заголовок.

Постановка наукової проблеми. Закономірним наслідком загальносвітового процесу глобалізації та стрімкого розвитку новітніх інформаційних технологій стала інтенсифікація інформаційного потоку в сучасному світі. За таких обставин засоби масової інформації

перетворилися на головний засiб формування системи взаємопов'язаностi свiту шляхом манiпулювання iнформацiєю з метою формування певної суспiльної думки та певних свiтоглядних установок, що, в свою чергу, зумовило посилення iнтересу науковцiв до процесу породження, функцiонування й сприйняття сучасних медiаповiдомлень.

Аналіз останнiх досліджень i публікацiй. Одним з найактуальнiших науково-дослiдницьких напрямiв сучасної гуманiтарної науки є дослiдження мови засобiв масової iнформацiї та когнiтивно-дискурсивних особливостей функцiонування медiатекстiв. Дослiдження в галузi медiалiнгвiстики представленi роботами таких учених, як Т.Г. Добросклонская, Г. Я. Солганик, Е. С. Кубрякова, Л.В. Цурикова, Н.Г. Нестерова, М.Г. Яцимирська, І. В. Анненкова, Є.А. Кожемякин, М.Н. Володiна, Г.Г. Почепцов, Т. ван Дейк та iн. Як вiдзначає Є. Ю. Сергєєв, не дивлячись на мультимедiйнiсть як провiдну ознаку сучасних мас-медiа, яка проявляється у пiдвищенiй оперативностi, динамiчностi, доступностi та iнтерактивностi сучасної медiапродукцiї, основою будь-яких комплексних носiїв iнформацiї (наприклад, телебачення або iнтернету) все одно залишається текст. При цьому, основною рисою глобалiзацiї ЗМi виступає створення єдиної загальнодоступної й загальнозрозумiлої для усього людства системи символiв, образiв та понять, «в межах якої вiльно циркулюють потоки медiаконтенту незалежно вiд нацiональної та територiальної приналежностi iхнiх творцiв» [7, с. 120-121]. Вiдзначимо, що сучасний медiатекст, на вiдмiну вiд просто тексту, розглядається як «полiфонiчний комунiкацiйний продукт, ... новий виокремлений комунiкацiйний конгломерат, структура, яка володiє особливою виразностю й економiчностю (за рахунок конвергентної комплексностi)» [9, с. 7-10]. Таке розумiння медiатексту визначає актуальностi дослiдження засобiв створення його єдиної структурно-композицiйної та змістової цiлiсностi, до яких, безперечно, належать й засоби встановлення паратекстуальних зв'язкiв.

Отже, **метою** цiєї статтi є визначення ролi паратекстуальних елементiв у формуваннi прагматичного потенцiалу сучасних англomовних медiатекстiв. Для досягнення цiєї мети ми ставимо перед собою низку завдань, а саме: окреслити основнi тенденцiї розвитку та особливостi функцiонування медiапродукцiї у сучасному свiтi; дати визначення понять «iнтертекстуальностi» та «паратекстуальностi»; визначити основнi функцiї заголовка як актуалiзатора прагматичного потенцiалу медiатексту; проаналiзувати засоби встановлення паратекстуальних зв'язкiв на прикладi статей англomовного журналу «*The Economist*».

Виклад основного матерiалу дослідження. Поняття паратекстуальностi тiсно пов'язане з поняттям iнтертекстуальностi, уведеним до наукового обiгу французькою дослiдницею Юлiєю Кристєвою ще в 60-тi роки ХХ ст. для позначення загальної властивостi текстiв мiстити в собi висловлення з iнших текстiв, якi перетинаються один з одним та нейтралiзують один одного (цит. по [5, с. 51]). Вагомий внесок у розробку теорiї iнтертекстуальностi був зроблений такими науковцями як М. М. Бахтiн, Ю. Н. Тиньянов, Р. Барт, Ю. М. Лотман, Ж. Деррiд, Ж. Женетт та iн. Не зважаючи на розмiття тлумачень iнтертекстуальностi, у найширшому сенсi вона визначається як «екстралiнгвiстична ознака дискурсу, текстуальним вираженням якої є спiвiснування в одному текстi двох або бiльше текстуальних елементiв, i яка реалiзується через використання рiзного роду цитат, алюзiй, перефраз, фреймiв тощо» [6, с. 252]. Одним з рiзновидiв мiжтекстової взаємодiї є паратекстуальностi, тобто вiдношення тексту до його паратексту - передмови, заголовку, епiграфа тощо [5, с. 54].

Вiдношення тексту до його заголовку представляє особливий iнтерес для дослiдникiв мови засобiв масової комунiкацiї (І. Р. Гальперiн, В. А. Кухаренко, Н. О. Фатєєва, О. В. Джанджакова, Ю. В. Верещiнська, С. І. Сметанiна, О. К. Рябiнiна та iн.). Адже заголовок або заголовний комплекс є обов'язковим компонентом будь-якого медiаповiдомлення. Як справедливо зазначає Ю. В. Верещiнська, перше, на що звертає увагу читач, - це саме заголовки статей, i лише потiм, вiдповiдно до заголовка, який викликав зацiкавлення, читач обирає статтю для читання [1]. Саме тому заголовок як найперший актуалiзатор прагматичного потенцiалу медiатексту займає особливе мiсце у його композицiйнiй структурi, що проявляється, зокрема, у його параграфемних елементах: зазвичай заголовки друкують на вiдстанi вiд основного тексту статтi шрифтом вiдмiнним вiд шрифту основного тексту статтi. За С. І. Сметанiною, заголовок газети є рiзновидом медiатексту, який складається з одного чи декiлькох речень, що

представляють газетний матеріал, і який передує основному тексту статті та відображає його головну тему [8, с. 205]. Особливо слід відмітити функціональне навантаження, що несе на собі заголовний комплекс. А.О. Євграфова відмічає інтегративний потенціал заголовка, що проявляється у здатності об'єднувати усі види текстової інформації в єдине композиційно-змістове ціле, надавати тексту завершеності, впорядкованості відповідно до його прагматичної мети [3]. Проведений аналіз досліджень функціональних характеристик заголовків дозволяє зробити висновок про те, що головними функціями заголовків є номінативно-інформативна, графічно-відокремлююча, апелятивно-експресивна та рекламна [3; 4, с.141; 1].

Розглянемо засоби формування паратекстуальних зв'язків у сучасному англomовному медіатексті на прикладі інформаційно-аналітичних статей англomовного журналу «*The Economist*», одного з визнаних лідерів світової друкованої преси в галузі висвітлення поточних світових новин, основною метою якого, за власним твердженням авторського колективу журналу, є максимально точна й неупереджена інтерпретація подій, що виражається, зокрема, у свідомій анонімності авторів та позиціонуванні свого видання, не дивлячись на журнальний формат, як щотижневої газети [11].

Для більшості статей журналу, які представляють собою інформаційно-аналітичні тексти (за класифікацією Т. Г. Добросклонської) [2, с. 63], типовою є складна (багатокомпонентна) схема побудови паратекстуальних відношень: заголовок + підзаголовок/підзаголовки – текст. Заголовки більшості статей виділені графічно: вони надруковані на певній відстані від основного тексту більшим та жирнішим шрифтом. Основними функціями заголовків є апелятивно-експресивна, рекламна та, звичайно, графічно-відокремлююча. Таким чином назви статей першими потрапляють в поле зору читачів, привертають їхню увагу. Однак, вони не просто інформують читачів про зміст статті, а скоріш інтригують їх, висловлюють авторське ставлення до наданої інформації або натякають на нього, збуджуючи зацікавленість читачів у запропонованому матеріалі. Характер паратекстуальних зв'язків на рівні «заголовок – текст» майже завжди висхідний. Це, в свою чергу, відображається на морфо-синтаксичних та лексико-фразеологічних засобах, які використовуються у заголовках статей. Перевага надається іменниковим та дієприслівниковим конструкціям та експресивно-оцінювальній лексиці.

Особливим проявом паратекстуальності статей журналу можна вважати наявність розгалуженого підзаголовного комплексу (від 1 до 3 підзаголовків). Підзаголовки зазвичай надруковані різними шрифтами, проте завжди відмінними від шрифту основного тексту статті. Перший підзаголовок міститься безпосередньо над заголовком і визначає загальну тему статті, другий – трохи на відстані, під заголовком і представляє собою 1 речення (рідко – 2), яке містить постановку головної проблеми. В основному, підзаголовки мають суто інформативну функцію, яка в деяких випадках поєднується з апелятивно-експресивною. Характер паратекстуальних відносин між текстом та підзаголовним комплексом низхідний.

Наприклад, зміст інтригуючого для читачів каламбурного заголовка «*The elephant outside the room*» (The Economist), який представляє собою перефразу фразеологічного типу на лексичному рівні і іменникову фразу – на синтаксичному, ніяк не розкривається підзаголовками «*Obama in Asia*», «*Delhi, Jakarta and Tokyo*» та «*Touring some of Asia's most successful democracies, Barack Obama has a message for its most successful dictatorship*» (The Economist), лише у тексті через безпосереднє повторення цієї фрази знаходимо чітке пояснення «...*China, the elephant outside the room, with which America more or less openly competes for influence in Asia these days*» (The Economist). Водночас підзаголовний комплекс поєднує у собі три взаємодоповнюючі за змістом компоненти і є безсумнівно первинним по відношенню до тексту, у якому головною діючою особою виступає вказаний у підзаголовку *Barack Obama, Mr Obama* і де знаходимо вказані у підзаголовках та пов'язані з ними географічні місця: *Asia, Delhi, Jakarta, Tokyo, India, South Korea, Japan* тощо. У тексті також розкривається тема основного підзаголовка - «*But that lent the tour its tacit theme: that, crudely put, the American model still trumps the Chinese one*» (The Economist). Паратекстуальний зв'язок, в даному випадку, встановлюється за рахунок синонімів «*message*» та «*theme*», та через роз'яснення фраз «*Asia's most successful democracies*» (у тексті – «...*Asia's biggest and richest democracies – South Korea and Japan*» (The Economist)), «*Barack Obama has a message*» (у тексті – «... *its tacit theme: that...the American*

*model still trumps the Chinese one» (The Economist)), «most successful dictatorship» (у тексті – «China, the **elephant** outside the room,...», «...the “Beijing consensus” in which personal liberty is sacrificed on the altar of economic growth», «...China’s rise and new assertiveness» (The Economist)).*

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, аналіз заголовних комплексів інформаційно-аналітичних статей журналу «*The Economist*» свідчить про те, що мультимедійність як типологічна особливість функціонування сучасних ЗМІ накладає відбиток на особливості встановлення інтертекстуальних зв’язків у медіатекстах. Це проявляється, зокрема, у посиленні ролі заголовка у створенні їхньої структурно-композиційної та змістової цілісності. Розгалуженість, багатоконпонентність та розмаїття функцій заголовних комплексів сучасних англomовних мас-медійних текстів свідчить про нове функціональне навантаження, яке отримують паратекстуальні елементи в процесі створення єдиного комунікативного цілого. Подальші перспективи дослідження вбачаємо у вивченні особливостей співфункціонування паратекстуальних елементів з елементами інших семіотичних систем в межах єдиного медіатексту, а також у визначенні ролі паратекстуальних елементів у встановленні гіпертекстуальних зв’язків медіатекстів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верещинская Ю. В. Заголовки газетних статей в аспекте медиалингвистики (на матеріалі іспанського язика) / Ю. В. Верещинская // Филологические науки в МГИМО: Сборник научных трудов. – №28(43). – М.: МГИМО(У)МИД России, 2007. – С. 17-25. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mgimo.ru/files/48314/48314.pdf>.
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – Изд. 3-е. – М.: КРАСАНД, 2010. – 288 с.
3. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. О. Євграфова // Електронна бібліотека інституту журналістики. — [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua>.
4. Петрат Т. Р. Функциональная характеристика заглавий / Т. Р. Петрат // Речевое общение. – 2004. – Вып. 5-6. – С. 136-142.
5. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности / Н. Пьеге-Гро // Общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 240 с.
6. Рябініна О. К. Паратекстуальні зв’язки в дискурсі сучасної української преси / О. К. Рябініна // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2006. – №766: Сер. Філологія. – Вип.51. – С. 252-256.
7. Сергеев Е. Ю. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации / Е.Ю. Сергеев // Общество. Среда. Развитие (Тегга Humana). – 2009. - №1. – С.117-126.
8. Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2002. – 383с.
9. Язык современной публицистики: сборник статей / сост. Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 232 с.
10. The Economist. – Vol.397, №8708. – Nov.13th-19th, 2010. – 108 p.
11. www.economistgroup.com

Петренко І. Паратекстуальність сучасного англomовного медіатекста.

В статті определена роль паратекстуальних елементів в формуванні прагматического потенціала сучасних англomовних медіатекстів на прикладі інформаційно-аналітичних статей англomовного журналу «The Economist» як яркого прикладу сучасних глобальних ЗМІ, доведено актуальність дослідження мови засобів масової інформації і когнітивно-дискурсивних особливостей функціонування медіатекстів, означені основні тенденції розвитку і особливості функціонування медіапродукції в сучасному світі, определені і охарактеризовані поняття «інтертекстуальність» і «паратекстуальність», означені основні функції заголовка як актуалізатора прагматического потенціала медіатекста, проаналізовані способи встановлення паратекстуальних зв’язків в сучасному медіатексті як на структурно-композиційному, так і на змістовому рівні, доведено повноцінність паратекстуальних елементів як факторів процесу створення єдиного цілісності медіатекста.

Ключевые слова: *медіатекст, інтертекстуальність, паратекстуальність, заголовок.*

Petrenko I. Paratextuality of the Modern English Mediatext.

The article determines the role of paratextual elements in forming the pragmatic potential of modern English mediatexts, namely the information-and-analytical articles of the British journal «The Economist» which is a bright example of the modern global media, it proves the relevance of media language studies as well as that of the studies of cognitive and discursive features of modern mediatexts, it outlines the main

development trends and the peculiarities of functioning of mediacontent in the modern world, it defines and characterizes the concepts of " intertextuality " and " paratextuality", it shows the main functions of the headline as an actualizer of the pragmatic potential of the mediatext, it analyzes the means of establishing paratextual relations in the modern mediatext on both the compositional and semantic level, it proves the usefulness of paratextual elements in turning the mediatext into one integral whole.

Key words: mediatext, intertextuality, paratextuality, headline.

Екатерина Понко
(Одесса)

УДК 811.111'37

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АФФЕКТИВНОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА)

Описана лексико-семантическая и синтаксическая реализация эмоционального состояния аффекта в художественном дискурсе. Аффект определяется как кратковременный эмоциональный взрыв с ярко выраженными проявлениями, сопровождаемый потерей контроля говорящего над своей деятельностью. Установлено, что в аффективном состоянии снижается словарное разнообразие речи, возрастает количество клише, инвективной лексики (вне зависимости от гендерной принадлежности говорящего), синонимов, семантически нерелевантных повторений. Данные явления присутствуют в концентрированном виде. Инвариантным средством реализации аффективного состояния на синтаксическом уровне названы предложения-аффективы, к которым отнесены аффективы-вокативы, слова отрицания (no/not) и вопросительные слова, выполняющие функцию междометий.

Ключевые слова: эмоция, аффект, дискурс, инвектива, аффектив.

Постановка научной проблемы. Как справедливо отмечает в своем исследовании экспрессивного синтаксиса О.В. Александрова, «язык в своей коммуникативной функции служит человеку не только для выражения мысли, но и для выражения его субъективного отношения к высказываемому – чувства, воли, оценки и т.п., ибо эмоции, воля, оценки, желания – неотъемлемые факторы в познании человеком действительности» [1, с. 6].

Согласно психологическому словарю под редакцией В.П. Зинченко и Б.Г. Мещерякова, эмоции – это особый класс психических процессов и состояний, связанных с инстинктами, потребностями и мотивами и отражающих в форме непосредственного переживания (удовлетворения, радости, страха и т.д.) значимость действующих на индивида различных явлений и ситуаций [4, с. 414]. Сопровождающая практически любые проявления активности субъекта, эмоции служат одним из главных механизмов внутренней регуляции психической деятельности и поведения человека.

Эмоции имеют отчетливо выраженный ситуативный характер, т.е. выражают оценочное отношение субъекта к складывающимся или возможным ситуациям, к своей деятельности и своим проявлениям в этих ситуациях.

Анализ последних исследований и публикаций. На протяжении последних десятилетий проблема эмотивности входит в число наиболее обсуждаемых в антропоцентрической лингвистике (Апресян 1995; Арнольд 1981; Баранов 1993; Гак 1981; Кунин 1986; Нушикян 1986; Кухаренко 1988; Жельвис 1990; Леонтьев 1993; Телия 1984, Шаховский 1987; Вежицкая 1996; Синеокова 2003 и др.).

Лингвистические исследования особенностей речи в состоянии эмоционального напряжения свидетельствуют о том, что состояние аффекта является своеобразным фильтром, значительно нивелирующим варьируемые социокультурные факторы влияния на речевые характеристики. Между тем, собственно состоянию аффекта посвящено незначительное количество лингвистических исследований: аффектом занимались такие ученые, как Д.А. Леонтьев, М.М. Сулова, Е.Н. Мажар, В.А. Безруков.

Актуальность работы обусловлена необходимостью выявления закономерностей структурирования аффективной речи, поскольку описанию и анализу синтаксических

особенностей аффективной речи посвящено незначительное количество исследований. **Объектом** исследования является современный англоязычный художественный дискурс. **Предметом** исследования являются лексические и синтаксические особенности речи коммуникантов, находящихся в состоянии сильного эмоционального напряжения – аффекта.

Цель исследования – выявление лексических и синтаксических особенностей аффективной речи. В соответствии с поставленной целью могут быть выделены следующие **задачи**: (1) дать определение аффекту как эмоциональному состоянию; (2) описать физиологические и невербальные проявления аффекта; (3) описать лексические и синтаксические особенности аффективной речи.

Материалом исследования послужили 96 высказываний, отобранных методом сплошной выборки из художественных произведений англоязычных авторов. Исследование базируется на художественном дискурсе, поскольку именно в нем изображенная и реальная разговорная речь максимально сближаются.

Изложение основного материала исследования. Аффект – это кратковременный, эмоциональный взрыв с ярко выраженными проявлениями, сопровождаемый потерей контроля над своей деятельностью. Аффект развивается в экстремальных условиях, в связи с определенным раздражителем и поэтому всегда направлен на конкретный объект. Аффект обычно вызывается неблагоприятным для человека событием, с которым он неожиданно сталкивается. Аффект обладает свойствами доминанты, тормозит все другие психические процессы и диктует определенный, закрепившийся в эволюции способ «аварийного» разрешения ситуации, который оправдывает себя лишь в типичных биологических ситуациях [2, с. 169].

По мнению Д.А. Леонтьева, говорящий прибегает к аффекту в критических условиях, при неспособности субъекта найти адекватный выход из опасных, травмирующих, чаще всего неожиданно сложившихся ситуаций [3, с. 18]. В состоянии аффекта сужается объем сознания: оно направлено на ограниченный круг воспринимаемых предметов и представлений, связанных с переживанием. Физиологической особенностью аффекта является освобождение подкорковых центров от сдерживающего и регулирующего влияния коры, что приводит к яркости внешнего проявления переживаемого аффекта. Находящийся в данном состоянии человек не может сдерживаться, не думает о результатах своей реакции, оказывается настолько поглощенным своим состоянием, что плохо оценивает характер и значение своих действий.

К невербальным сигналам аффективной речи следует отнести мимику, телодвижения и жесты говорящего, которые в художественном дискурсе номинируются комментарием автора. Например, в приведенном ниже эпизоде Николь, находясь в состоянии аффекта, стоит на коленях и раскачивается в стороны, что отражает ее душевное неравновесие:

Nicole knelt beside the tub swaying sidewise and sidewise. "It's you!" she cried, "— it's you come to intrude on the only privacy I have in the world — with your spread with red blood on it. I'll wear it for you — I'm not ashamed, though it was such a pity. On All Fools Day we had a party on the Zurichsee, and all the fools were there, and I wanted to come dressed in a spread but they wouldn't let me —" "Control yourself, Nicole!" [9, 202].

В состоянии эмоциональной напряженности затруднения, которые испытывает человек в формировании мыслей и выборе слов, проявляются в увеличении количества пауз hesitation, поисковых слов, семантически нерелевантных повторений, заполненных пауз, поисковых и описывающих жестов, сопровождающих речь.

Лексика языка располагает огромными возможностями для передачи информации в её тончайших смысловых и стилистических оттенках. Стилистическое богатство лексико-семантического уровня обусловлено не только колоссальным числом входящих в него единиц, но и разнообразием их качества, а также сложной, многоярусной системой их стилистической организации.

Лексический уровень отображения аффективного состояния представлен, прежде всего, инвективной лексикой, например: *"The God damned coward!" he whimpered. "He didn't even stop his car."* [10, с. 87]; *"What the fuck? How could you lose her like that? How?"* [13, с. 229]; *"Get back, you fucks!" Carter snarls. "Back, you sons of bitches! No looting! Get back!"* [11, с. 276].

Наблюдения над выборкой показывают, что инвективная лексика характерна для коммуникантов вне зависимости от их гендерной принадлежности: в состоянии аффекта и женщины и мужчины, образованные и менее образованные коммуниканты, старые и молодые зачастую используют ненормативную лексику, что позволяет говорить о нивелировании социальных факторов говорящего в состоянии крайнего эмоционального возбуждения.

Для аффективной речи характерны затруднения в формировании мыслей и в подборе слов для их адекватного выражения. Снижается словарное разнообразие речи, возрастает количество клише: *the hell/ for God's sake/ for Christ's sake*. Примером может служить ситуация, в которой девушка, укушенная змеей в собственной постели, от страха, отчаянья и ужаса, не может объяснить, что с ней случилось и даже не может вспомнить слово «змея», назвав ее «пестрой лентой»: *At first I thought that she had not recognized me, but as I bent over her she suddenly shrieked out in a voice which I shall never forget, 'Oh, my God! Helen! It was the band! The speckled band!'* [8, с. 109].

На лексическом уровне в качестве типичных признаков речи в состоянии аффекта выделяются также междометия (см. предыдущий пример), усилительные частицы, отрицательные и неопределенные местоимения, прилагательные и наречия в сравнительной и превосходной степени сравнения, лексические синонимы. Данные явления относятся к общим признакам эмоциональности речи, однако, только в аффективной речи, они присутствуют в «концентрированном» виде – когда два, три или более признаков сочетаются в одной фразе, усиливая ее эмотивную нагрузку.

Рассмотрим ситуацию, в которой говорящий находится в состоянии аффекта, поскольку он оказался на неопределенный в тюрьме в чужой стране, где его морят голодом, избивают, пытаются, а теперь на него готовы напасть сокамерники:

They stood in a semi-circle around me, startled and confused, with their sticks raised in the air. "Come on!" I shouted, in Hindi. "What can you do to me? Can you do worse than this?"

I punched my own face, hard, and punched it again, drawing blood from my lip. I swiped my right hand through the blood on my wounded arm and smeared it on my forehead. "Can you do worse than this?" I shouted, switching to Marathi. "Do you think I'm afraid of this? Come on! I want this! I want you to get me out of this corner! You'll get me, you'll get me, but one of you, standing there, will lose an eye. One of you. I'll rip someone's eye out with my fingers, and eat it! So come on! Let's get on with it! And hurry up, because God knows, I'm fuckin' hungry!" [12, с. 386].

В приведенном отрывке есть идиоматические клише (*God knows*), лексические синонимы (*lose an eye, rip someone's eye out*), нецензурная лексика (*fuckin'*), наречие в сравнительной степени сравнения (*worse than this*), неопределенное местоимение (*someone*).

В художественном дискурсе аффект также передается словами автора посредством косвенного указания на эмоцию, т. е. описания эмоционального состояния и его физиологического проявления (повышения голоса, телодвижений, изменений кожного покрова и др).

Среди случаев лексического обозначения аффекта в авторском комментарии можно выделить субстантивную и адъективную номинацию аффекта. Рассмотрим эти разновидности номинации состояния аффекта в авторском комментарии более подробно на материале выборки.

В случае субстантивной номинации ключевым словом, идентифицирующим аффект в художественном дискурсе, является существительное. В большинстве случаев ключевое словосуществительное сочетается с прилагательными-эпитетами, которые интерпретируют или характеризуют эмоциональное состояние говорящего с точки зрения индивидуального восприятия:

*At first I feel **humiliation**. But it changes into something else. It's as if a switch flicks on. The cowering goes. The **fear** goes. I just feel **rage**. Possessive, boiling rage. I find my voice. "Get your hand off my husband's arm".*

The blood is still pumping. I feel fire beneath my skin. I cannot pretend any more. I cannot do the act any more. I don't feel like a good wife. I feel like a bad, pissed off, cheated on wife. "I saw you arm in arm at the Wolseley! I saw the dedication in the book! And what is it I'm not meant to know, eh?" [14, с. 293].

Подобные эпитеты в художественных произведениях являются оригинальными, индивидуально-авторскими; в их основе лежат неожиданные смысловые ассоциации, и их употребление носит окказиональный характер.

Прилагательные-эпитеты не всегда комбинируются с ключевыми словами-существительными. Адъективная номинация, т.е. употребление прилагательного в качестве ключевого слова, указывающего на эмоциональное состояние индивида, возможна и в случае, когда прилагательное, называющее эмоцию, входит частью в составное сказуемое с глаголами *to be, to grow, to feel*, и т.п.: "*You killed him! I know it was you!*" *Grace was hysterical* [13, 320].

Уровень синтаксиса характеризуется еще более яркими экспрессивными средствами обозначения аффективного состояния говорящего. Такие известные в лингвистике сигналы эмоциональной речи, как эллипсис, восклицательные предложения, риторические вопросы, повторы, параллельные конструкции, обособление, инверсия, - в аффективной речи предстают в концентрированном виде и характеризуются нарастанием. Приведем контекст, в котором синтаксическими средствами выражения аффекта являются восклицательные предложения, повтор (*He's gone*), эллипсис и обособление (*That good man -- out of this hard world*).

She turned upon Betty, and forgot all rules and training.

"Oh, miss!" she cried. "He's gone--he's gone! That good man -- out of this hard world. Oh, miss, excuse me -- do!" And as she burst into wild tears, she ran out of the room [6, с. 476].

Отдельно следует остановиться на предложениях-аффективах, выступающих инвариантным средством реализации аффективного состояния в художественном дискурсе. Основной функцией предложений-аффективов является функция выражения психологического состояния говорящего. Предложения-аффективы можно подразделить на следующие подгруппы: 1) изолированно реализуемые обращения – аффективы-вокативы, предложения-обращения, служащие не для привлечения внимания, а для выражения эмоции говорящего [5]: "*You bitch!*" *He ran at her like a maddened bull, throwing himself back into the car, hands clawing her face, fingernails gouging deep, bloody grooves in the skin* [13, с. 354]; 2) слова утверждения/ отрицания (*yes/no*); слово *no* чаще связано с отрицательным знаком эмоции, с отказом поверить в события, вызывающие у говорящего сильные отрицательные эмоции: "*No!*" *she screamed. 'No, I can make him stop!'* [11, с. 187]; 3) вопросительные слова, выступающие в функции междометий: "*What? He's dyin', I'm tellin' ye!*" [7, с. 118]; 4) некоторые клишированные высказывания: стереотипные высказывания: "*Fer the love av Heaven get him!*" *cried Tommy. "The man is dyin'. Here, min, let's git him in"* Connor Ralph [там же].

Выводы исследования. Таким образом, в состоянии аффекта затруднения, которые испытывает человек в формировании мыслей и выборе слов приводят к увеличению количества пауз хезитации, поисковых слов, семантически нерелевантных повторений, заполненных пауз, поисковых и описывающих жестов, сопровождающих речь. Снижается словарное разнообразие речи, возрастает количество клише, инвективной лексики (вне зависимости от гендерной принадлежности говорящего), усилительных частиц, синонимов. Данные явления относятся к общим признакам эмоциональности речи, однако только в аффективной речи они присутствуют в «концентрированном» виде – два, три или более признака сочетаются в одной фразе, усиливая ее эмотивную нагрузку. В художественном дискурсе аффект также передается словами автора посредством описания эмоционального состояния и его физиологического проявления. В авторском комментарии выделяется субстантивная и адъективная лексическая номинация аффекта. На уровне синтаксиса аффект реализуют эллипсис, восклицательные предложения, риторические вопросы, повторы, параллельные конструкции, обособление, инверсия: данные средства предстают в концентрированном виде и характеризуются нарастанием. Инвариантным средством реализации аффективного состояния на синтаксическом уровне выступают также предложения-аффективы, представленные аффективами-вокативами, словами отрицания (*no/not*) и вопросительными словами, выполняющими функцию междометий. **Перспективы дальнейших научных изысканий.** Перспективой данного исследования является классификация средств интонации, маркирующих состояние аффекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса / О.В. Александрова. – М.: Либроком, 2009. – 216 с.
2. Большая советская энциклопедия / Под ред. А.М. Прохорова, 3-е изд. — Т.2. 1978. – 632 с.

3. Леонтьев Д.А. Очерк психологии личности / Д.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 1993. — 43с.
4. Психологический словарь под ред. В.П. Зинченко, Б.Т. Мещерякова – М.: Педагогика-Пресс, 1996. – 440 с.
5. Синеокова, Т.Н. Парадигматика эмоционального синтаксиса: Монография / Т.Н. Синеокова. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2003. – 244 с.
6. Burnett F. H. The Shuttle. – London: Persephone Books, 2007. – 522 p.
7. Connor R. The Doctor: A Tale of the Rockies. – New York: ReadHowYouWant. – 2008. – 399 p.
8. Doyle A. C. The adventures of Sherlock Holmes. – London: Black Hill Books, 2010. – 310 p.
9. Fitzgerald F. S. Tender is the night. – London: Penguin Books, 1997. – 392 p.
10. Fitzgerald F. S. The Great Gatsby. – Hertfordshire, Wordsworth Classics, 1993. – 181 p.
11. King Stephen. Under the Dome. – NY: Scribner, 1092 p.
12. Roberts G.D. Shantaram. – London: Abacus, 2008. – 933 p.
13. Sheldon S. After the Darkness. London: Harper, 2010. – 416 p.
14. Williams P. How to be married. – London: Headline Review, 2010. – 376 p.

Попко Катерина. Лексичні та синтаксичні особливості афективного мовлення (на матеріалі англомовного художнього дискурсу).

*У статті описана лексико-семантична та синтаксична реалізація емоційного стану афекту в художньому дискурсі. Афект визначений як короточасний емоційний вибух з ярко вираженими проявами, який супроводжується втратою контролю мовця над своєю діяльністю. Встановлено, що в афективному стані знижується словникове розмаїття мовлення, зростає кількість клише, інвективної лексики (без огляду на гендерну приналежність мовця), синонімів, семантично нерелевантних повторень. Дані явища присутні в концентрованому вигляді. Інваріантним засобом реалізації афективного стану на синтаксичному рівні названі речення-афективи, до яких віднесені афективи-вокативи, слова заперечення (**no/not**) та питальні слова, які виконують функцію вигуків.*

Ключові слова: емоція, афект, дискурс, інвектива, афектив.

Popko Catherine. Lexical and Syntactic Peculiarities of Affective Speech (on the samples from English artistic discourse).

*The article reports on the lexico-semantic and syntactic realization of affect emotional state in artistic discourse. Affect is defined as short-time emotional plosion, characterised by vivid manifestation, accompanied by action conrol failure of the speaker. It has been established that in affect state the vocabulary variety is lowered, the number of cliché is rising, as is the number of invective language (regardless of the speaker's gender), synonyms, semantically irrelevant repetitions. These phenomena are widely observed. On the syntactic level the invariant means realizing affect state has turned out to be sentences-affectives, subdivided into affectives-vocatives, negative words (**no/not**) and question words, serving the function of interjections.*

Key words: emotion, affect, discourse, invective, affective.

*Анна Смоляна
(Київ)*

УДК 659.131.1

РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОЛАЖ ЯК ЖАНР

У статті розглянуто рекламно-інформаційні блоки на суперобкладинках англомовних видань та обґрунтовано приналежність тексту суперобкладинок разом з невербальними складовими до жанру рекламно-інформаційного колажу. Проаналізовано характерні риси, композиційні особливості та комунікативна мета РІК, а також з'ясовано, що у складі РІК вербальні компоненти представлені різними жанрами, такими як рецензія, анотація, біографія автора, цитата. Розглянуто комунікативну структуру РІК, що включає адресанта та адресата, простір тексту, який представлений образом комунікативного минулого та майбутнього. Досліджено різні способи апеляції до адресата у РІК. Контекст «минулого книги» створюється за рахунок рецензій читачів та ЗМІ, згадування у тексті інших книг цього автора або екранізації рекламованої книги. Проекція на майбутнє книги виявляється у враженнях, які отримає читач, та успіхові, який матиме книга. Визначено, що цілісність сприйняття РІК досягається вербальними та візуально-графічними засобами, а зв'язок текстів в рекламно-інформаційних блоках забезпечується загальною референцією, комунікативною спрямованістю та прагненням адресанта реалізувати прагматичний задум.

Ключові слова: жанр, рекламно-інформаційний колаж, адресант, адресат, образ комунікативного минулого, образ майбутнього.

Постановка наукової проблеми. Питання щодо жанрової класифікації реклами є дискусійним. З позиції теорії мовленнєвих жанрів уся реклама розглядається як один (єдиний, окремих) жанр, бо є кодифікованою формою дії та характеризується своїми цілями, комунікативними інтенціями, мотивами [7, с. 140].

Природа сучасної книжкової реклами є досить складною, оскільки синтезує не лише візуальні та вербальні елементи, а й характеризується жанровим різноманіттям складових її вербальної частини. Принцип групування міні-текстів різної стильової та жанрової спрямованості в один рекламно-інформаційний блок особливо притаманний суперобкладинці англomовних книг, в зразках якої можна одночасно зустріти рецензії, анотацію, що включає зміст книги, опис сюжету, характерів, оцінку авторської майстерності та твору, анонс на інші книги, і цитати автора книги, уривки з книги, біографію автора, ключові фрази. Ці тексти в системі вказаного блоку являють собою повідомлення різного характеру з точки зору комунікативної спрямованості. Тому видається складним описати ці повідомлення рекламно-інформаційного характеру в межах одного жанру.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями виділення рекламних жанрів займалися В.І. Карасик [3], О.Г. Кожихметова [6], Д.Е. Розенталь [8], Т.Н. Лівшиць [7], М.М. Бахтін [1] та інші. За В.І. Карасиком, з точки зору соціолінгвістичного підходу до вивчення дискурсу, мовленнєві жанри є найдрібнішими різновидами дискурсу, категорією, що знаходиться у ланцюгу "тип дискурсу – формат дискурсу – жанр мовлення" і характеризує стереотипність породження та сприйняття мовлення у специфічних повторюваних обставинах [3, с. 294]. Поділ текстів за жанрами проводиться з урахуванням, перш за все, їх композиційних, змістових і стилістичних особливостей.

Д.Е. Розенталь та Н.Н. Кохтев виділяють рекламні жанри також за аналогією з публіцистичними: рекламна замітка, рекламний репортаж, рекламна стаття, рекламний нарис, рекламна рецензія [8, с. 19-26]. До жанрів книжкової реклами О.Г. Кожихметова традиційно відносить рекламну рецензію (або низку рецензій), анотацію, уривки із рекламованої книги, цитати, інтерв'ю з автором, біографічну довідку [6]. Т.Н. Лівшиць відносить вищезгадані жанри до складових рекламної рецензії. «Реклама книг, театральних спектаклів найчастіше пишеться в жанрі рецензії, що обумовлено власне об'єктом рекламування. На відміну від звичайної рецензії, в рекламній рецензії допускаються лише позитивні відомості про те, що рекламується. В рекламну рецензію часто включаються цитати з книги, висловлювання авторитетних осіб про об'єкт, думки автора книги, кінофільму та спектаклю» [7, с. 15].

Мета статті. Метою статті є визначити жанрові особливості текстів на суперобкладинках англomовних книг у межах жанру рекламно-інформаційного колажу. Мета зумовлює постановку таких завдань: 1) охарактеризувати жанр рекламно-інформаційного колажу, особливості комунікативної та композиційної структури та його специфіку утворення на суперобкладинках англomовних книг; 2) з'ясувати фактори, що обумовлюють жанр рекламно-інформаційного колажу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Текст, розміщений на суперобкладинці книги, являє собою специфічний вид рекламно-інформаційного тексту та розглядається як особливий жанр рекламного повідомлення.

Жанри реклами знаходяться в постійному розвитку, змінюються способи подачі матеріалу, виникають нові рекламні жанри, до якого належить раніше не досліджений особливий вид жанру, виділений на основі дослідження текстів суперобкладинки англomовних книг, де розрізняємо інформаційний та рекламний план вираження – рекламно-інформаційний колаж (далі – РІК). Термін «рекламний колаж» зустрічається у праці Щепилової Г.Г. [16]. Жанр рекламного колажу визначається як структурований та завершений рекламний продукт, з вербальними та візуальними складовими, за допомогою яких рекламіст звертається до покупців та споживачів з метою переконати здійснити покупку, скористатися послугою, тощо [17]. Рекламно-інформаційний характер повідомлень на суперобкладинці обумовлює наявність специфічних рис, які відносяться до жанру РІК.

РІК як жанр має такі особливості: це сукупність образотворчих елементів та текстів, приналежних до різних жанрів; тексти не будуються за логічним принципом, а за принципом їх емоційного сприйняття та особистого бачення автора колажу; обумовлений контекстом повідомлення; інформаційно-рекламні блоки можуть сприйматися як окремо, так і як цілісно; РІК є третинним типом, оскільки складається з міні-текстів вторинного типу, які характеризують першоджерело – книгу. Характерною рисою РІК є прагматична функція текстів, що утворюють колаж, та емотивна і експресивна забарвленість окремих компонентів (рецензій, анотацій, ключових фраз до книги). Комунікативна мета автора колажу включає коментаторсько-оцінну, інформативну та гедоністичну (пов'язану з відчуттям насолоди, що виникає в процесі читання) складові.

Варто відмітити також композиційні особливості РІК. Результати комунікативної діяльності автора колажу проявляються у вигляді набору вербальних та невербальних компонентів, релевантних для цього жанру. Тематичний зв'язок між частинами не є чітко детермінованим, проте референція до об'єкту рекламування (книги чи автора) є обов'язковою. Так, невербальні компоненти РІК представлені ілюстрацією, фотографією автора книги, графічними особливостями (колір, шрифт, розмір). У складі РІК вербальні компоненти представлені різними жанрами, такими як рецензія (витяги з рецензій), анотація, біографія автора, цитата (з книги чи авторська). За С.Р. Мурадхановою рецензія та анотація утворюють особливий жанр – рекламне есе [10]. Есе визначається як невимушене вільне поєднання сумарних повідомлень про які-небудь факти, описи реальності та роздуми про неї [9, с. 9-10] та характеризується великою кількістю емоційно-експресивної лексики [9; 14].

Уваги заслуговує також комунікативна структура РІК, яка включає такі компоненти як: 1) простір тексту, що аналізується (рекламний текст, вписаний у часовий простір); 2) адресант (автор); 3) адресат (читач). Домінуючим виступає автор РІК, оскільки він покликаний реалізувати прагматичну функцію.

У жанрі РІК образ автора створюється рекламодавцем (видавництвом) та автором-рекламістом, представленим копірайтером та художником-оформлювачем (ілюстратором, дизайнером). В рекламному жанрі авторство не може бути індивідуальним. В образі адресанта, як правило, поєднуються рекламодавець (суб'єкт, що замовляє текст про свій товар) та рекламіст, який повною мірою є анонімним та безіменним для аудиторії [4, с. 35-50]. Ю.Ю. Бровкіна вводить, відповідно, дві категорії – образ замовника (рекламодавця) та образ виконавця (рекламіста) [2].

У своєму дослідженні Н.Б. Руженцева подає класифікацію ролі автора літературно-критичного есе, яка видається для нас також релевантною: а) суб'єкт – уважний читач, що вказує адресату на деталі тексту-джерела; б) суб'єкт – інформатор, що повідомляє невідомі адресату факти; в) суб'єкт – коментатор, що описує та оцінює текст-першоджерело; г) суб'єкт – редактор, що експлікує з текстів-першоджерел найбільш значущі з точки зору автора тексту фрагменти [9, с. 80].

Автор РІК колажу повідомляє факти, деталі, вказує на невідому інформацію, що знаходиться власне у тексті-джерелі (тексті книги) за допомогою анотації; найважливіші деталі з життя та творчості автора описує у біографічній довідці; оцінює текст книги за допомогою рецензій, залишених авторитетними літературними журналами, газетами, окремими особами, проте відбирає з них ті фрагменти, які найбільш виразно оцінюють продукт діяльності письменника. Н.Б. Руженцева також відзначає роль автора-укладача (монтажера), який з'єднує окремі фрагменти текстів в цілісний, підпорядкований певній ідеї текст [9, с. 288]. Це особливо важливо і для РІК в зв'язку з особливостями його композиційної структури.

Варто зауважити також, що ступінь «присутності» автора РІК може бути різним. Здебільшого це визначається характером рекламованої літератури. Так, ТСО книжкової продукції класичного напрямку, як правило, складаються рекламістом, який залишається анонімним. Такі повідомлення наближаються до офіційно-ділового стилю. Рекламіст не переконує, а доводить до відома читачів певну інформацію. В таких текстах традиційно відсутні особові займенники першої особи, імперативні конструкції, дієслова першої особи дійсного способу. Автор-рекламіст не рекомендує, а викладає об'єктивні факти, які допомагають читачу орієнтуватися у змісті книги, її структурі, місці в історії літератури. Такий спосіб подачі інформації в РІК пов'язаний з образом потенційної аудиторії. Рекламуючи класику, автори РІК

звертаються до жанрiв бiльш iнформативних, нiж iмперативних: анотацiї, бiографiї, цитат з рекламованого твору. Таким чином, уподiбноючись до аудиторiї, рекламiст презентує себе в образi iнтелектуала.

Проте по-iншому представлений рекламiст у жанрах популярної лiтератури – фентезi, детективiв, науково-популярних книг, любовних романiв. Оскiльки така лiтература спрямована на широке коло споживачiв, рiзних за соцiальним складом, то i автор-рекламiст в цьому випадку є багатоликим: це читач якiсної преси, iнтелектуал, критик, порадник. У рекламi такої лiтератури поряд зi згаданими жанрами використовуються також iмперативнi, такi як рекомендацiї та заклик до покупки (“*Don’t miss it!*”, “*Read the book and be enlightened*”), вiдгуки авторитетної преси та органiзацiй. В такому РiК читач знаходить свого автора, обираючи ту «маску», яка є найближчою вiдповiдно до його iндивiдуальних особливостей.

Отже, автор може представлятися рiзними образами для досягнення основної комунiкативної мети – вплинути на адресата та спонукати його до дiї.

Як одного з важливих учасникiв комунiкацiї варто враховувати роль адресата. Адресованiсть висловлювання є його конститутивною особливiстю, без якої комунiкацiя неможлива [12]. Рекламована книга може позицiонуватися з урахуванням iнтелектуального рiвня адресата, кола його iнтересiв, iндивiдуальних потреб.

Апеляцiя до адресата в рекламi, як вiдзначає Т.В. Полетаєва, може представлятися рiзними способами: 1) адресат може називатися в тексті (“*a book for cat-lovers*”, “*...for anyone who wants to read a good novel*”, “*Kids will love this book*”, “*...for everyone who loves art...*”); 2) адресат iмплiцитно представлений в назвi рекламованого товару. Стосовно книжкової реклами, то адресованiсть може виявлятися не стiльки у назвi рекламованого твору, скiльки у жанрi: книга адресується шанувальникам детективiв, фантастики, пригодницького роману тощо; 3) адресат визначається шляхом розмiщення реклами: телеглядачi, радіослухачi, читачi журналiв та газет [11, с. 23].

Оскiльки будь-який рекламний текст, так як i РiК, запрограмований на певну реакцiю адресата, тобто покупку рекламованої книги, РiК бере участь в особливому видi комунiкацiї, умовно позначуваному як лiтературно-комерцiйний, що полягає в тому що РiК є з’єднуючою ланкою мiж книгою та потенцiйним читачем-покупцем. Тому визнається суттєва роль адресата в комунiкативнiй структурi тексту РiК, оскiльки «особливостi цiльової аудиторiї виступають в якостi одного з центральних визначальних орієнтирiв у плануванні прагматичного мовленнєвого акту» [15, с. 23].

Паралельно з образом автора та адресата РiК задає образ часового простору: образ комунiкативного минулого та образ комунiкативного майбутнього. Контекст «минулого книги» створюється за рахунок рецензiй читачiв та ЗМi, згадування у тексті iнших книг цього автора або екранизацiї рекламованої книги. Рецензiї створюють ефект вiдомостi книги як певному колу читачiв, так i пресi. Iнформацiя про успiх цiєї та iнших книг автора (*bestseller, winner, prize winner, award winner*) має подвiйну дiю. По-перше, вона спрямована на впiзнавання автора та є стимулом до придбання книги, якщо досвiд спiлкування читача з цим автором мав позитивнi враження. По-друге, якщо рекламована книга виправдає сподiвання читача, то в подальшому посилення в РiК на iншi книги сприятиме пошуку читачем указаних творiв.

Рекламний текст зображує також образ комунiкативного майбутнього. «Кожен текст рекламного оголошення повинен являти собою концентрат властивостей, якостей, характеристик предмета реклами, а також вигод та переваг, якi його придбання принесе покупцю» [13, с. 25]. Таким чином, уваги заслуговують такi проєкцiї на майбутнє: 1) РiК «обiцяє» незабутнi враження вiд твору та появу бажання читання цього твору в подальшому знову i знову; 2) рекламованiй книзi пророкують тривале життя на лiтературнiй нивi; 3) повiдомлення про те, що книга допоможе розiбратися в рiзних життєвих аспектах та розширити свiтогляд. Картина майбутнього в РiК задає потенцiйному покупцю мету – отримати задоволення вiд спiлкування з книгою, тодi як покупка книги стає лише засобом досягнення мети. Для рекламiста бажаний образ майбутнього виявляється в досягненнi прагматичної мети – продажу рекламованої книги.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвiдок. Отже, дослiдивши природу вербальних та невербальних компонентiв суперобкладинок англomовних

книг, iх композицiйну структуру та змiстовi характеристики, визначили, що за жанровою приналежнiстю рекламно-iнформацiйнi мiнi-тексти разом з вiзуальними компонентами та графiчними засобами є рекламно-iнформацiйним колажем. Компоненти РIK можуть сприйматися як окремо, так i цiлiсно. Цiлiснiсть сприйняття РIK досягається як вербальними, так i невербальними засобами, якi взаємодiють всерединi макроструктури єдиного блоку. Отже, зв'язок окремих блокув в єдиний РIK забезпечується такими факторами: 1) загальною референцiєю (присвяченi одному й тому твору та автору); 2) загальною комунікативною спрямованiстю (переконати потенцiйного споживача придбати рекламовану книгу); 3) метою реалізувати загальний прагматичний задум рекламіста. Перспективним напрямом може бути дослідження зв'язку рекламованого твору та тексту РIK на рiвнi жанрової iдентифікації, тобто використання iмітованих жанрiв твору у текстах РIK та з'ясування iх вторинної природи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т.5: Работы 1940-1960 гг. – С.159-206. – Режим доступу: http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm#47
2. Бровкина Ю.Ю. Газетное рекламное объявление как речевой жанр: дисс. канд. филол. наук / Ю.Ю. Бровкина. - Барнаул, 2000. - 183 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477с.
4. Кара-Мурза Е.С. Культура речи в рекламной деятельности / Е.С. Кара-Мурза // Журналистика и культура русской речи. - Вып. 1. - М., 1996. - С. 35-50.
5. Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat <http://www.dissercat.com/content/rechevoi-stil-kommercheskoi-reklamy-v-ego-zhanrovyykh-raznovidnyakh#ixzz2jLEuwxPK>
6. Кожухметова О.Г. Современная книгоиздательская реклама в России / О.Г. Кожухметова. - М., 1996. – 200 с.
7. Лившиц Т.Н. Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах: [Электронный ресурс] дисс. ... канд. филол. наук / Т.Н. Лившиц. – М. : РГБ, 2005. – 357 с.
8. Розенталь Д.Э., Кохтев Н.Н. Язык рекламных текстов : учеб. пособие для фак. журналистики вузов. – М. : Высш. школа, 1981. – 125 с.
9. Руженцева Н.Б. Прагматическая и речевая организация русского литературно-критического эссе XX века : дисс. ...доктора филол. наук / Н.Б. Руженцева. - Екатеринбург, 2001. – 471 с.
10. Мурадханова С.Р. Прагмалингвистические особенности рекламного эссе : дисс. ...канд. филол. наук / С.Р. Мурадханова. – СПб, 2006. – 168 с.
11. Полетаева Т.В. Речевые манипуляции в современной англоязычной рекламе : дисс. ... канд. филол. наук / Т.В. Полетаева. - СПб, 2001. – 202 с.
12. Утков Г.Н. Лингвистический аспект образа читателя : дис. канд. филол. наук / Г.Н. Утков. - Краснодар, 1999. – 211 с.
13. Фесенко О. Реклама в книгоиздании / О. Фесенко. - Обнинск, 1996. - С. 25.
14. Филимонова, О. Е. Язык эмоций в английском тексте (Когнитивный и коммуникативный аспекты): монография / О. Е. Филимонова. - СПб. : Изд-во РГПУ им А.И. Герцена, 2001. - 259 с.
15. Шнейдер В. Планирование актов прагматического текстообразования / В. Шнейдер. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1994. – 86 с.
16. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация : монография / Г.Г. Щепилова. – М. : Изд-во МГУ, 2010. - 455 с.
17. Щепилова Г.Г. - Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/845>

Смоляная А. Рекламно-информационный коллаж как жанр.

В статье рассмотрено рекламно-информационные блоки на суперобложках англоязычных изданий и обосновано принадлежность текста суперобложек вместе с невербальными составляющими к жанру рекламно-информационного коллажа. Проанализировано характерные черты, композиционные особенности и коммуникативная цель РИК, а также определено, что в составе РИК вербальные компоненты представлены разными жанрами, такими как рецензия, аннотация, биография автора, цитата. Рассмотрено коммуникативную структуру РИК, что включает адресанта и адресата, пространство текста, которое представлено образом коммуникативного прошлого и будущего. Исследовано разные способы апелляции к адресату в РИК. Контекст «прошлого книги» создается за счет рецензий читателей и СМИ, упоминания в тексте других книг этого автора или экранизации рекламированной книги. Проекция на будущее книги проявляется в успехе, который будет иметь книга, и впечатлениях, которые получит читатель. Определено, что целостность восприятия РИК достигается вербальными и визуально-графическими средствами, а связь текстов в рекламно-информационных блоках обеспечивается

общей референцией, коммуникативной направленностью и стремлением адресанта реализовать прагматический замысел.

Ключевые слова: жанр, рекламно-информационный коллаж, адресант, адресат, образ коммуникативного прошлого, образ будущего.

Smoliana A. Advertising-Informative Collage as Genre.

The advertising-informative blocks on the English book jackets were examined in the paper and belonging of the text on book jackets with nonverbal components to the genre of advertising-informative collage was justified. Characteristic features, compositional peculiarities and communicative purpose of the AIC were analyzed, and it was determined that verbal components were represented by various genres, such as review, blurb, author's biography, quotation. The communicative structure of the AIC was scrutinized: it comprises addresser and addressee, space of the text which is represented by the image of communicative past and future. The ways of appeal to the addressee in the AIC were examined. The context of the "book's past" is created by means of reviews of the readers and mass media, mentioning in the text of the other books of the author or filming of the advertised book. Projection on the book's future can be seen in the readers' impressions that they will obtain, and success of the book in future. It is defined that coherence of the AIC's perception is reached by verbal and visual-graphic means, and link of the texts in the advertising-informative blocks is provided by general reference, communicative directivity and effort of the addresser to realize the pragmatic intention.

Key words: genre, advertising-informative collage, addresser, addressee, image of communicative past, image of future.

Світлана Тхоровська
(Львів)

УДК 811.111'42:070.1:316.642.3

**ДИХОТОМІЯ „СВІЙ” – „ЧУЖИЙ” У КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ
ІДЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ ВИКОРИСТАННЯ ПАСИВУ В ТЕКСТАХ
РЕДАКЦІЙНИХ СТАТЕЙ “THE NEW YORK TIMES” ТА “THE DAILY TELEGRAPH”)**

У статті розглянуто актуалізацію дихотомії „свій” – „чужий” як наслідок процесу категоризації, яка визначає вибір інформації та засоби для її вербалізації. Проаналізовано роль пасивного стану у забезпеченні її реалізації. В основі категоризації лежить ідеологія як система соціокультурних норм та цінностей. Вона визначає ідентичність учасників групи та встановлює межі „свого” та „чужого”. Дихотомія „своє” – „чуже” – одна з фундаментальних когнітивних категорій, що керує принципами мислення та сприйняттям дійсності. Вона лежить в основі формування „своєї” спільноти та протиставлення „чужій”, що сприяє реалізації базових стратегій ідеологічного дискурсу – позитивного та негативного представлення відповідно „нашої” та „їхньої” груп. Вагому роль при цьому відіграє використання пасивного стану як засобу маніпуляції референтами, що уможливорює підміну суб'єкта об'єктом та навпаки, а номіналізація дозволяє усунути відповідальність завдяки елімінації суб'єкта дії. Такі способи вербалізації інформації сприяють нав'язуванню адресатові точки зору адресанта.

Ключові слова: категоризація, ідеологічний дискурс, ідеологія, дихотомія „свій”-„чужий”, маніпуляція, номіналізація.

Постановка наукової проблеми. Категоризація (від гр. *kategoria* – ознака; висловлення, обвинувачення) як когнітивний процес, що дозволяє розпізнати та виявити характерні ознаки у низці об'єктів, слугує однією з визначальних рис ідеологічного дискурсу [див.: 15]. Процеси категоризації, які акцентують належність до певної групи, відіграють центральну роль у формуванні соціальної ідентичності – тієї частини уявлення індивідуума про себе, яка є похідною від його розуміння свого місця у суспільній групі (або групах) разом з ціннісним і емоційним значенням, що впливає з нього [23, с. 255]. Категоризація передбачає формування

уявлення про себе та свою групу шляхом утворення категорiй, ознак, з якими представники цiєї групи iдентифiкують себе, протиставляючи її iншим групам.

В основi процесу категоризацiї лежить iдеологiя як сукупнiсть соцiокультурних норм та цiнностей, якi подiляють групи. Такi загальнi iдеологiї формують базу для бiльш своєрiдних групових позицiй (attitudes), якi, у свою чергу, позначаються на iндивiдуальних переконаннях членiв групи, їхнiх уявленнях та iнтерпретацiях окремих подiй, на дискурсi членiв цiєї групи [20, с. 122]. Як зазначає У. Еко, пiд iдеологiю пiдпадає все те, що певною мiрою вiдоме адресатовi та суспiльнiй групi, до якої вiн належить, „системи його психологiчних очiкувань, усi його iнтелектуальнi навички, життєвий досвiд, моральнi принципи” [18, с. 107]. Словом, iдеологiя охоплює складну систему iдей, накопичену протягом життєвого досвiду групи, її ставлення до оточення. З одного боку, iдеологiя координує взаємини учасникiв усерединi групи та з членами iнших груп, допомагає їхнiй взаємодiї. З iншого – вона є „граматикою” групових суспiльних практик, забезпечуючи учасникiв групи принципами та нормами поведiнки [16, с. 66], визначаючи межi „свого” та „чужого”.

Аналіз останнiх дослiджень i публiкацiй. Дослiдження феномену „свого” / „чужого”, „самого” / „iншого” викликає зацiкавлення низки науковцiв (див.: М.М. Бахтiн [1], I.А. Бехта [3], Ю.М. Лотман [10], П. Серiо [14], Т. ван Дейк [19], Г. Кресс [22], О.І. Шейгал [17], Л.В. Куликова [9]). Вивчення питання набуло особливої ваги в контекстi фiлософiї постмодернiзму. Проте основою аналізу слугують передовсiм погляди М.М. Бахтiна, який дослiджував „чуже слово” у лiтературному тексті. Учений зазначає, що все значуще й цiнне завжди зосереджується навколо одного центру – носiя панiвної думки, „iнший” голосу не має, а ставлення до нього передбачає цiннiсне протиставлення *я* та *iншого* [див.: 1; 2].

Мета статтi полягає у визначеннi ролi пасивного стану як одного iз засобiв категоризацiї та iнструменту актуалiзацiї дихотомiї „своє” – „чуже” у текстах редакцiйних статей.

Виклад основного матерiалу й обґрунтування отриманих результатiв дослiдження. Iснує думка, що принцип семантичних опозицiй був властивий ще архаїчному людському мисленню. Упродовж аналізу способiв та концептiв, за допомогою яких люди описують свiт та категоризують його, стає очевидним, що цей опис наповнений бiнарними опозицiями, уся складнiсть свiту зводиться до дихотомiй. Звiдси – розмежування „свого” та „чужого”, адже саме ця дихотомiя – одна з базових когнiтивних категорiй, яка визначає принципи мислення та сприйняття дiйсностi – лежить в основi ключових стратегiй iдеологiчного дискурсу.

Окремi дослiдники користуються позначеннями „друг” / „ворог”, суть розмежування яких полягає у тому, щоб „позначити найвищий ступiнь iнтенсивностi з’єднання чи роздiлення, асоцiацiї чи дисоцiацiї”. „Ворог” не завжди поганий, вiн лише „чужий”, не такий, як „свiй” [17, с. 113]. Iснують природно-генетичнi (зовнiшнi сигнали) та суспiльно-культурнi (спосiб життя, поведiнка) ознаки чужостi. Тому „чуже” – це незнайоме, невідоме, таке, що знаходиться поза межами звичного способу життя, а вiдтак мiстить загрозу [9, с. 180–184].

В iдеологiчному дискурсi адресант, подаючи iнформацiю, iдентифiкує себе з аудиторiєю, з адресатом, що й лежить в основi реалiзацiї базової стратегiї iдеологiчного дискурсу – стратегiї позитивної самопрезентацiї, а вiдтак i стратегiї негативної презентацiї „iнших”, адже власна iдентичнiсть визначається через порiвняння з iдентичностю iнших груп людей. Створюючи атмосферу довiри, адресант категоризує свiт на „своiх” та „чужих” шляхом створення МИ-концепту, яке супроводжується експлiцитним чи iмплiцитним створенням антагонiстичного ВОНИ-концепту [12].

Основою для iдентифiкацiї групи стають рiзнi ознаки – гендернi, расовi, нацiональнi, культурнi, релiгiйнi. „Своiй” культурi протистоїть „не-культура” iнших колективiв, протиставлення вiдбувається за ознакою „органiзованiсть” – „неорганiзованiсть”, органiзацiя виступає як сильний член опозицiї, який мiстить марковану ознаку, а антитеза вказує на її вiдсутнiсть [10, с. 462, с. 470]. Висловлення про „iнших” є частиною дискурсу про „себе” [5, с. 86].

З метою уникнення вiдвертого нав’язування думки та її можливого несприйняття адресатом, iнформацiя подається та пiдводиться пiд його ментальну модель – „репрезентацiю реальної, гiпотетичної чи уявної ситуацiї” [24, с. 525] – так, щоб вiн прийняв її, зiставивши з уже

вiдомим йому знанням, мета адресанта – допомогти адресатовi в опрацюваннi iнформацiї перейти вiд окремого прикладу до узагальнення [7, с. 52].

Реалiзацiя зазначених стратегiй уможливлює манiпуляцiю моделлю ситуацiї: акцентується увага лише на негативних аспектах „iхнiх” вчинкiв, реалiй та на позитивних якостях „наших”, що сприяє поляризацiї мiж „нами” та „ними”. У цьому процесi адресатам вiдведена пасивна роль i вони не усвiдомлюють справжнi iнтенцiї адресанта. Адресатовi, не вимагаючи вiд нього жодних iнтелектуальних зусиль, подається вже готовий та вербально оформлений продукт, який викликає у нього певну (закладену адресантом) реакцiю.

Манiпуляцiя здатна виявитись навлiть у емфазуваннi окремого моменту, внаслiдок чого розумiння ситуацiї буде частковим чи упередженим, як скажiмо, у випадку з акцентуванням другорядної деталi, що, проте, може привести до змiщення акценту з головної теми. Адресат отримує вже готовий матерiал, „запакований” у певну мовну форму, адже „кожен мовний елемент – складний i чутливий iнструмент, на якому грає той, хто користується мовою” [4, с. 97]. Основним намиром адресанта є досягнення мети навлiть шляхом цiлеспрямованого та прихованого нав'язування своiх поглядiв, спотворення iнформацiї та її замовчування. Манiпулювання актуальною iнформацiєю та її вербальне „оформлення” виступають частиною реалiзацiї стратегiй iдеологiчного дискурсу, адже будь-яка лiнгвальна одиниця в тексті має певну мотивацiю, одне й те ж можна висловити у рiзний спосiб.

Розглянемо, як дихотомiя „своє”/ „чуже” виявлятиметься на прикладi застосування пасивного стану у текстах редакцiйних статей “*The Daily Telegraph*” та “*The New York Times*”.

Синтаксис речення вiдображає розподiл семантичних ролей учасникiв подiї порядком слiв, рiзним функцiональним спiввiдношенням елементiв, використанням активних i пасивних форм. Порядок слiв сигналізує, чи прагне адресант наголосити на аспектi, чи, навпаки, приховати, маргiналізувати його [6, с. 125].

В основi вираження категорiї стану лежить дiєслово, яке слугує ядром ситуацiї, навколо нього групуються основнi учасники ситуацiї, або семантичнi актантi – суб'єкти (агенси) та об'єкти (пацiенси) [13, с. 100]. Вiдтак простежуємо реалiзацiю дискурсних референтiв у iхнiх ролях: у ролi агенса (та граматичного суб'єкта) негативних дiй та пацiенса позитивних виступає передовсiм представник „iншої” групи, у ролi пацiенса негативних дiй та агенса позитивних виступає представник „нашої” групи. З огляду на це мова йде про манiпулятивний розподiл семантичних ролей в iдеологiчному дискурси.

„Перебування референта у фокусi уваги (focal attention) – необхідна i достатня умова того, щоб цей референт був кодований пiдметом. Якщо дана предикацiя перехiдна, i фокусний референт – це агенс, то дiєслово приймає форму активного стану; якщо ж у фокусi пацiєнс, то дiєслово виявиться у пасивi” [8, с. 134]. Позицiя агенса сприяє акцентуванню важливого на думку адресанта аспекту, переконуючи адресата та впливаючи на ментальну модель, а отже i на спосiб iнтерпретацiї, закладений адресантом, як от у прикладi “*It (USA administration) has been seeking to build a more coherent opposition movement from disparate groups*”. У цьому реченнi уряд США стоiть у позицiї агенса, несучи вiдповiдальнiсть за свої дiї, а саме намагання вплинути на ситуацiю в Сирiї, органiзувати опозицiйний рух з метою скинути „невигiдного” президента.

Використання пасивного стану має на метi iмплiкувати припущення про те, що джерело певного процесу знаходиться десь ззовнi, агенс дiї невідомий або iмплiцитний, провинна змiщується на заднiй план або усувається, як от у прикладi “*Britain is playing an important mediatory role between Moscow and Washington, this time in an attempt to defuse the most agonising political dilemma faced by the great powers since Bosnia-Herzegovina was ripped apart in the 1990s*”. З ширшого контексту стає зрозумiло, що активну участь у вiйнi на Балканах брали США та iхнi європейськi союзники у складi НАТО, проте експлiцитно це не манiфестується завдяки пасивнiй формi. „Наша” вiдповiдальнiсть знижується, у переходить в iмплiцитний план унаслiдок перенесення фокусу повiдомлення шляхом застосування пасиву. У цьому ж реченнi простежуємо використання активу, де в ролi агенса-посередника, який забезпечує конструктивний процес переговорiв, виступає Британiя, що цiлком вiдповiдає застосування ключових стратегiй iдеологiчного дискурсу. У реченнi “*Mr. Assad has been accused of using chemical weapons*” пасивна форма дозволяє усунути вiдповiдальнiсть за розповсюдження iнформацiї за допомогою

приховування її джерела, адже з контексту незрозуміло, хто звинувачує цю людину у застосуванні хімічної зброї.

У випадках пониження ролі агенса (редукція суб'єкта) простежуємо сигнал спільного знання, беззаперечної істини [11, с. 94], як от у реченні, що постулює застосування Сирією хімічної зброї: “*The agent was sarin gas, which Syria is believed to have stockpiled*”. Адресант знімає з себе відповідальність за подання інформації, зміщуючи її на абстрактне джерело. Іноді пасив дозволяє імплікувати сумнів щодо правдивості певного судження, як це ілюструє приклад “*Evo Morales, an Aymara Indian who is thought to have won about 50 per cent of the vote in Sunday’s Bolivian election on a radical socialist ticket*”. Підкреслена частина імплікує невпевненість у тому, що він дійсно отримав близько 50% голосів завдяки використанню пасивної конструкції у комбінації з дієсловом припущення *to think*.

Аналіз типів предикатів, які домінують у статтях [21, с. 73], засвідчує, що предикати, які виражають дії, є під контролем агенсів, на відміну від процесів. Звідси випливає, що агенс контролює дії („наш” агенс – позитивні, „їхній” – негативні), натомість процеси не мають експліцитного агенса, а отже ніхто не несе відповідальності за них.

Окремим аспектом, який слід виокремити в межах аналізованого питання, є випадки номіналізації, яка позначає дії та процеси, усуваючи суб'єкта дії, агенса, а відсутність суб'єкта уможливорює маніпуляцію з „поіменованими” сутностями [21, с. 79]. Номіналізація – вигідний спосіб нав'язування думки, з одного боку, і зняття із себе відповідальності, з іншого, адже коли підрядне речення з суб'єктом, предикатом, об'єктом дії, які показують, хто виконує дію, хто є пацієнтом дії, коли та за яких обставин цю дію виконують, трансформується в одне слово, важко судити про актантів та жертв, що можна легко використати у маніпулятивних цілях, як от у реченні “*The unanimity reached in London yesterday by the council’s five permanent members is an intensification of political pressure on the Islamic republic*”. Лексема *intensification* не виражає безпосередньо, хто саме буде „посилювати” тиск на Іран (мова йде саме про цю країну), відтак знімає відповідальність за дію, за те, коли і як відбуватиметься ця дія. До того ж, семантика лексеми доволі розпливчата, що дозволяє адресатові домислити, про який саме тиск йдеться. Те ж стосується номінативних одиниць *justification, intimidation, allegation, manipulation, provocation, escalation, occupation, retaliation, intervention, deliberation, transformation* тощо. Номіналізація, як і безагенсні конструкції, сприяє зниженню критичного сприйняття повідомлення шляхом усунення суб'єкта дій і фокусування уваги лише на самому процесі.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Оскільки синтаксис речення відображає розподіл семантичних ролей учасників події, використання пасивного стану має вагоме смислове навантаження. Завдяки йому учасник подається як жертва або як суб'єкт дії, що, у свою чергу, має ідеологічні наслідки. Те ж стосується випадків номіналізації, яка позначає дії та процеси, внаслідок чого зникає суб'єкт дії, що використовується у маніпулятивних цілях. Такі способи вербалізації інформації сприяють нав'язуванню адресатові ідеологічної оцінки, яку постулює адресант редакційної статті, сприяючи реалізації дихотомії „свій” – „чужий” на рівні синтаксису. Перспективним видається простежити актуалізацію дихотомії „свій” – „чужий” через призму використання інших синтаксичних структур, зокрема різних типів речень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин. – М. : Советский писатель, 1963. – 364 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
3. Бехта І. А. Авторське експериментаторство в англійській прозі ХХ століття / І. А. Бехта. – Львів : ПАІС, 2013. – 268 с.
4. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–126.
5. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград : Перемена, 1997. – 139 с.
6. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк : [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
7. Иссерс О. С. Паша-„Мерседес”, или речевая стратегия дискредитации / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – Омск, 1997. – Вып. 2. – С. 51–54.
8. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – М., 1994. – № 5. – С. 126–139.

9. Куликова Л. В. Концепт „чужой” в теории межкультурной коммуникации (русско-немецкий контекст) / Л.В. Куликова // Вестник МГУ. Серия 19 : „Лингвистика и межкультурная коммуникация”. – М., 2004. – № 1. – С. 179 – 187.
10. Лотман Ю. С. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПб, 2000. – 704 с.
11. Матвеев А. А. Модальность знания как модальность логического типа (на материале русских и английских публицистических текстов) / А. А. Матвеев // Филологические науки. – М., 2002. – № 2. – С. 89–97.
12. Милевич И. Г. Язык масс-медиа: отражение современных мифов и идеологий / И. Г. Милевич // RESPECTUSPHILOGICUS [Электронный ресурс]. – 2003. – № 4(9). – Режим доступа : <http://filologija.vukhf.lt/4-9/doc/Mlevich.doc>
13. Полiщук Н. П. Функцiональнi особливостi категорiї пасивного стану / Н. П. Полiщук // Культура народов Причерноморья. – Симферополь : Межвузовский центр „Крым”, 2001. – № 25. – С. 97–100.
14. Серио П. Квадратура смысла : Французская школа анализа дискурса / П. Серио. – М. : ОАО ИГ „Прогресс”, 1999. – 416 с.
15. Тхоровська С. В. Идеологiчний дискурс англomовної преси (лiнгвокогнiтивнi аспекти) : дис. ... канд. фiлол. наук : спец. 10.02.04 / С. В. Тхоровська. – Львiв, 2010. – 230 с.
16. Хмельцов А. И. Когда „они” говорят о „нас” : политический дискурс-анализ и семиотика внешней политики в междисциплинарной перспективе / А. И. Хмельцов // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 59–71.
17. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : „Гнозис”, 2004. – 326 с.
18. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : ТОО ТК „Петрополис”, 1998. – 432 с.
19. Dijk T. A. van. Ideological discourse analysis / T. A. van Dijk // New Courant. – Helsinki, 1995. – № 4. – P. 135–161.
20. Dijk T. A. van. Ideology and discourse analysis / T. A. van Dijk // Journal of Political Ideologies. – London : Routledge, 2006. – Vol. 11 (2). – P. 115–140.
21. Fowler R. Language in the news. Discourse and ideology in the press / R. Fowler. – London and New York :Routledge, 1991. – 254 p.
22. Kress G. Language as ideology / G. Kress, R. Hodge. – London, 1979. – 161 p.
23. Tajfel H. Human groups and social categories : Studies in social psychology / H. Tajfel. – Cambridge : Cambridge University Press, 1981. – 384 p.
24. The MIT encyclopedia of the cognitive sciences : [ed. by R. A. Wilson, F. C. Keil]. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 1999. – 964 p.

Джерела iлюстративного матерiалу:

<http://www.nytimes.com/pages/opinion/global/index.html>

<http://www.telegraph.co.uk/comment/telegraph-view/>

Тхоровская С. Дихотомия „свой” – „чужой” в коммуникативном пространстве идеологического дискурса (на примере использования пассива в текстах редакционных статей "The New York Times" и "The Daily Telegraph").

В статье рассмотрена актуализация дихотомии „свой” – „чужой” как следствия процесса категоризации, которая определяет выбор информации и средства для ее вербализации, и проанализирована роль пассивного залога в обеспечении ее реализации. В основе категоризации лежит идеология как система социокультурных норм и ценностей. Она определяет идентичность участников группы и устанавливает пределы „своего” и „чужого”. Дихотомия „свое”–„чужое”–одна из фундаментальных когнитивных категорий, которая руководит принципами мышления и восприятием действительности. Она лежит в основе формирования „своего” сообщества и противопоставления „чужому”, что способствует реализации базовых стратегий идеологического дискурса – положительного и отрицательного представления соответственно „нашей” и „их” групп. Весомую роль при этом играет использование пассивного залога как средства манипуляции референтами, что создает условия для подмены субъекта объектом и наоборот, а номинализация позволяет устранить ответственность благодаря элиминации субъекта действия. Такие способы вербализации информации способствуют навязыванию адресату точки зрения адресанта.

Ключевые слова: категоризация, идеологический дискурс, идеология, дихотомия „свой”–„чужой”, манипуляция, номинализация.

Tkhorovska S. The dichotomy “self”–“other” in the communicative space of ideological discourse (on the example of passive voice in “The New York Times” and “The Daily Telegraph” editorials).

The article focuses on the actualization of the dichotomy “self”–“other” as a result of the categorization process which determines the range of information and tools for its verbalization, and analyzes the role of the passive voice in ensuring its realization. Categorization is based on ideology as a system of socio-cultural norms and values. It defines the identity of group members and imposes the limits of “us” and “them”. The dichotomy “self”– “other” is a fundamental cognitive category which governs the

principles of thinking and reality perception. It underlies the construction of "our" community and opposition to "their" community, which contributes to the implementation of the basic strategies of ideological discourse – positive self-presentation and negative presentation of "others". A significant role is attributed to the use of the passive voice as a means of referent manipulation which enables the substitution of the subject by the object of the action and vice versa. Nominalization removes responsibility due to the subject elimination. By implementing such methods of verbalizing information the addresser imposes their viewpoint on the addressee.

Key words: categorization, ideological discourse, ideology, dichotomy "self" - "other", manipulation, nominalization.

Оксана Хапина
(Одесса)

811.111-342

РОЛЬ ТЕМПА РЕЧИ В РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕНЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИАЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

В статье описан характер вариативности темпа речи в зависимости от интенции говорящего. Отправной точкой исследования послужило положение о том, что интенция лежит в основе речевого акта, мотивирует его, воплощается посредством разнообразных способов языкового выражения в диалогических высказываниях. Поскольку просодические средства выражения интенции в диалогическом дискурсе исследованы крайне мало, автор статьи сосредоточилась именно на них, посвятив статью выявлению темпоральных закономерностей построения диалогического дискурса. В статье приводится классификация диалогов, согласно их интенции и степени участия коммуникантов. В результате исследования выяснилось, что характер вариативности темпа в исследуемых диалогах различный: убыстренным темпом характеризуются информационные и смешанные диалоги; средний или чуть замедленный темп присущ побудительным и убеждающим диалогам; диалоги-самопрезентации характеризуются средним или ускоренным темпом; в смешанных диалогах наблюдается резкое контрастирование убыстренного темпа с замедленным.

Ключевые слова: диалог, диалогический дискурс, коммуникативная интенция, просодия, темп речи.

Постановка научной проблемы. В настоящее время интерес лингвистов в большей степени концентрируется не на абстрактной системе языковых форм и изолированных монологических высказываниях, а на социально-речевом взаимодействии. Предметом изучения становится процесс социального взаимодействия индивидов, а объектом исследования – диалог, рассматриваемый как обмен стимулами и реакциями. Основной форме речевого общения – устному диалогу, в котором наиболее полно раскрывается коммуникативная функция языка, – и посвящено настоящее исследование.

Диалогический дискурс в современной лингвистике рассматривается как речевое взаимодействие двух (или более) коммуникантов, как динамическая последовательность реплик, которыми обмениваются коммуниканты для решения той или иной задачи общения, под контролем определенной стратегии или в соответствии с определенной интеракциональной интенцией. Наличие общей коммуникативной интенции, глобальной цели, реализация которой происходит благодаря усилиям коммуникантов, признается одной из основных характеристик диалогического дискурса.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием роли интенции в процессе организации речевой деятельности занимались многие отечественные и зарубежные лингвисты (Н.Д. Арутюнова, О.С. Ахманова, В.З. Демьянков, И.А. Зимняя, Е.В. Падучева, Г.Г. Почепцов, Л.П. Семенов, И.А. Стернин, Т.А. Ван Дейк, Дж. Остин, Дж. Серль и др.). Значительное количество работ в данной области принадлежит социологам и психологам (Э. Берн, Г.Х. Врихт, Л.С. Выготский, Т.М. Дридзе, А.А. Леонтьев и др.). Актуальность настоящего исследования обусловлена недостаточной изученностью просодии как средства

реализации коммуникативной интенции в устном диалогическом дискурсе.

Целью исследования является выявление темпоральных средств просодии, участвующих в реализации коммуникативной интенции в англоязычном диалогическом дискурсе. Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих **задач**: (1) дать определение диалогическому дискурсу и диалогическому единству; (2) дать определение коммуникативной интенции; (3) классифицировать исследуемые диалоги согласно их интенции и степени участия коммуникантов; (4) охарактеризовать темпоральные особенности каждой из анализируемых групп диалогов на основе инструментального анализа темпоральных характеристик.

Электро-акустическому анализу подвергались следующие временные характеристики: средняя длительность слога в ДЕ; средняя длительность реплики-стимула в сопоставлении с количеством слогов в ней; средняя длительность реплики-реакции в сопоставлении с количеством слогов в ней; средняя длительность финальной реплики в сопоставлении с количеством слогов в ней.

Материалом исследования послужили 630 диалогических единств, отобранных из четырех англоязычных фильмов (“Bridget Jones’s Diary”, “Bridget Jones’s Diary: the Edge of Reason”, “The Thomas Crown Affair”, “Four Weddings and a Funeral”). Объем выборки составляет 303 минуты звучащей речи, затранскрибированной на 182 страницах стандартного текста.

Изложение основного материала исследования. Согласно Л.М.Михайлову, «диалогическое единство (далее ДЕ) – обладающая коммуникативной целостностью монотематическая единица диалога, создаваемая двумя коммуникантами, задаваемая коммуникативной интенцией и выражающаяся в логико-семантической, грамматической, лексической, просодической соотнесенности компонентов [1, с. 79]. На наш взгляд, исследование диалогов на уровне ДЕ представляется наиболее целесообразным, так как только на уровне ДЕ можно говорить о единстве коммуникативной цели, тематики, лексической, структурной и семантической связности.

Рассмотрев разнообразные классификации диалогов, мы пришли к выводу о необходимости создания классификации диалогов, основанной на исследовании взаимодействия реплик в пределах ДЕ. Первый (и основной) признак диалогического общения, положенный в основу настоящей классификации, – интенции участников акта коммуникации.

Отечественные лингвисты под интенцией говорящего понимают глобальную установку на смысл будущего высказывания, мотивацию речевого акта [5], означаемое или коммуникативное содержание речевого поступка, направленность предложения на решение определенной языковой задачи [2, с. 18], основной текстообразующий фактор, организующее звено в многослойной содержательной структуре речевого произведения [4, с. 38], «превербальное, осмысленное намерение (цель) говорящего, которое определяет коммуникативную стратегию, внутреннюю программу речи и способы ее реализации ... является основным структурным признаком сознания и любого его акта» [3, с.103].

Приводимые толкования интенции, несмотря на их терминологическое многообразие, позволяют выделить наиболее общие ее характеристики: интенция лежит в основе речевого акта, мотивирует его, воплощается посредством разнообразных способов языкового выражения в высказываниях.

Итак, в зависимости от интенции коммуниканта мы выделяем ДЕ, имеющие своей целью: 1) получение / передачу информации; 2) желание убедить, переубедить собеседника; 3) желание заставить (попросить) что-либо сделать; 4) желание самовыразиться, высказать свое мнение (часто без учета мнения собеседника); 5) смешанные, в которых интенции каждого из коммуникантов разнятся (или изменяются в процессе общения).

В зависимости от типа интенции участников диалогического общения наблюдается различная степень участия коммуникантов. Исследование выборки позволяет выделить три основные группы диалогов согласно этому признаку, в которых: 1) оба участника коммуникации равноценно активны, так как целью их общения является переубедить, настоять на своей точке зрения (дискуссия, спор, конфликт, ссора); 2) участники коммуникации попеременно активны (например, при обмене мнениями или информацией один коммуникант активнее при запросе информации, другой – при ответе или выдаче информации); 3) активен один участник

коммуникации, так как у него присутствует желание самовыразиться, функция второго коммуниканта – слушатель.

В ходе исследования выявлены усредненные значения среднеслоговой длительности в исследуемых диалогических единицах. Полученные результаты представлены на рисунке 1.

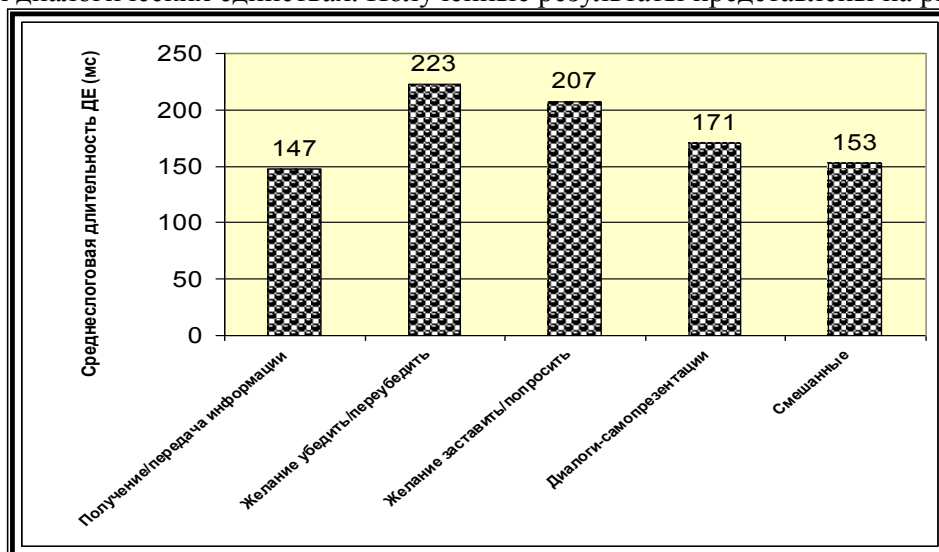


Рис. 1. Усредненные значения среднеслоговой длительности в ДЕ (в мс)

Данные рисунка 1 свидетельствуют о том, что в диалогах, где основной целью является убедить или переубедить собеседника, средняя длительность слога наивысшая (223 мс), следовательно, эти диалоги характеризуются самым замедленным темпом. На наш взгляд, это связано с тем, что, пытаясь убедить/переубедить собеседника в чем-либо, коммуниканты обдумывают, что и как сказать, какие аргументы привести, употребляют в своей речи сложные синтаксические структуры: сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, вводные конструкции, причастные и деепричастные обороты.

В диалогах, в которых коммуниканты намереваются заставить или попросить собеседника что-либо сделать, среднеслоговая длительность на порядок ниже (207 мс), чем в диалогах, где основной целью является убедить или переубедить собеседника. Темп можно охарактеризовать как нормальный с тенденцией к замедленному. В диалогах-самопрезентациях показатель среднеслоговой длительности несколько ниже (171 мс), чем в диалогах, в которых коммуниканты намереваются заставить/попросить собеседника что-либо сделать, т.е. они характеризуются нормальным темпом с тенденцией к убыстренному.

Усредненное значение среднеслоговой длительности в смешанных диалогических единицах составляет 153 мс, следовательно, диалогическим единицам данного типа присущ убыстренный темп. Однако результаты инструментального анализа свидетельствуют о том, что в этих диалогах присутствует сильная контрастность в темпе, т.к. ключевые фразы произносятся очень быстро при контрастно медленном произнесении основного текста. Это объясняется эмоциональностью и конфликтностью данного типа диалогов, причиной которой является различие в коммуникативных намерениях коммуникантов.

В диалогах, служащих для получения/передачи информации, среднеслоговая длительность составляет 147 мс. Этот показатель является самым низким среди исследуемых типов диалогов и свидетельствует о том, что диалоги, служащие для получения/передачи информации, характеризуются ускоренным темпом, что, как нам кажется, неудивительно: при запросе, получении и передаче информации коммуниканты стремятся к информативности и одновременно краткости речи, следовательно, намереваются передать / получить максимум информации за минимальный отрезок времени.

Таким образом, анализ данных, полученных на первом этапе исследования роли временного параметра интонации в реализации интенции, показал, что вариативность темпа в 5 типах исследуемых диалогов по-разному влияет на их коммуникативную успешность/неуспешность. В диалогах, служащих для получения/передачи информации, преобладающий убыстренный темп способствует в большинстве случаев реализации интенции

(98%); в смешанных диалогах, напротив, убыстренный темп препятствует коммуникативной успешности взаимодействия (только в 31% диалогов интенция реализуется); в диалогах, где основной целью является желание убедить/переубедить собеседника, темп средний с тенденцией к замедленному, который в 61% случаев способствует коммуникативной успешности. Эти данные позволяют утверждать, что в разных типах исследуемых диалогов темп по-разному влияет на исход коммуникации: либо способствует, либо препятствует реализации интенции.

Следующий этап эксперимента позволил получить усредненные значения длительности реплики-стимула, реплики-реакции и финальной реплики и сопоставить их с количеством слогов в них. Результаты подсчетов отражены в таблице 1 (см. следующую страницу).

Как иллюстрирует таблица 1, самые низкие показатели средней длительности реплики-стимула (2360 и 2440 мс) зафиксированы в диалогах, основной целью которых является получение/передача информации, и в смешанных диалогах, при этом количество слогов, входящих в состав реплики-стимула в этих диалогах наивысшее среди 5 типов исследуемых диалогов – 18 и 16 слогов соответственно. Средняя длительность реплик-реакций в данных диалогах составляет 2070 и 2320 мс соответственно – одни из самых низких показателей среди 5 типов исследуемых диалогов. Однако количество слогов, входящих в состав реплики-реакции в диалогах, основной целью которых является получение/передача информации, и в смешанных диалогах составляет 15 и 14 – наивысшие показатели среди 5 типов исследуемых диалогов. Финальные реплики в этих диалогах также самые короткие (1230 и 1090 мс соответственно), а количество произнесенных слогов – самое высокое (13).

Таблица 1

Усредненные значения длительности реплики-стимула, реплики-реакции и финальной реплики в сопоставлении с количеством слогов в них (в мс)

Типы диалогов		<u>Информационные</u> (Получение/ передача информации)	<u>Убеждающие</u> (Желание убедить/ переубедить)	<u>Побудительные</u> (Желание заставить/ попросить)	<u>Диалогисамопрезентации</u>	<u>Смешанные</u>
реплика-стимул	Средняя длительность	2360	3060	2640	2720	2440
	Количество слогов	18	11	13	15	16
реплика-реакция	Средняя длительность	2070	2400	2510	1020	2320
	Количество слогов	15	10	13	5	14
Финальная реплика	Средняя длительность	1230	2260	1930	1290	2090
	Количество слогов	13	11	10	9	13

Это свидетельствует не только об убыстренной скорости произнесения реплик, но и бoльшей лексической насыщенности и информативности (в диалогах, основной целью которых является получение/передача информации), и эмоциональности и конфликтности (в смешанных диалогах), поскольку за относительно короткий отрезок времени произносится бoльшее количество слогов.

В диалогах, в которых коммуниканты намереваются убедить/переубедить собеседника и заставить/попросить его что-либо сделать, при бoльшей длительности реплик-стимулов (3060 и 2640 мс соответственно), реплик-реакций (2400 и 2510 мс соответственно) и финальных реплик (2260 и 1930 мс соответственно) количество слогов, входящих в состав исследуемых реплик, на

порядок меньше (11 и 13; 10 и 13; 11 и 10 соответственно), чем в в диалогах, основной целью которых является получение/передача информации. Сказанное выше явствует, что диалоги, в которых коммуниканты намереваются убедить/переубедить собеседника и заставить/попросить его что-либо сделать, характеризуются более медленным темпом и меньшей лексической насыщенностью, т.к. за более длительный отрезок времени произносится меньшее количество слогов.

Следует отметить, что во всех типах исследуемых диалогов реплики-реакции короче, чем реплики-стимулы; особенно ярко это выражено в диалогах-самопрезентациях, где реплика-стимул составляет 2720 мс (при 15 произнесенных слогах), а реплика-стимул – 1020 мс (при 5 произнесенных слогах). Это объясняется тем, что, с одной стороны, в диалогах-самопрезентациях основной целью одного из коммуникантов является желание самовыразиться, представить себя в хорошем свете, рассказать о своих достоинствах собеседнику, что предполагает внушительную речь; с другой стороны, вербальная роль второго коммуниканта практически минимальна, чем и объясняется краткость реплики-реакции.

Экспериментальные данные позволяют описать темпоральные просодические характеристики пяти типов ДЕ:

1. Информационные диалоги, служащие для получения или передачи информации, характеризуются самым низким показателем средней длительности слога.
2. Убеждающим диалогам, в которых коммуниканты намереваются убедить или переубедить собеседника, присущ наивысший показатель средней длительности слога.
3. Побудительные диалоги, в которых коммуниканты намереваются заставить или попросить собеседника что-либо сделать характеризуются высоким показателем средней длительности слога.
4. Диалогам-самопрезентациям присущ средний показатель среднеслоговой длительности.
5. Смешанные диалоги характеризуются средним показателем среднеслоговой длительности среди 5 типов исследуемых диалогов.

Выводы исследования. Таким образом, характер вариативности темпа в исследуемых диалогах различный: убыстренным темпом характеризуются диалоги, служащие для получения/передачи информации, и смешанные диалоги; средний темп с тенденцией к замедленному присущ диалогам, основной целью которых выступает желание заставить/попросить собеседника что-либо сделать и убедить/переубедить его; диалоги-самопрезентации характеризуются средним темпом с тенденцией к убыстрению; в смешанных диалогах наблюдается резкое контрастирование убыстренного темпа с замедленным.

Перспективы дальнейших научных изысканий. Перспективой данного исследования является исследование других просодических характеристик диалогической речи: частотных, силовых и мелодических.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михайлов Л.М. Коммуникативная грамматика немецкого языка. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1994. – 256 с.
2. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения / Почепцов О. Г. – Киев: Высшая школа, 1986. – 258 с.
3. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики / О. О. Селіванова. – К. : Вид-во Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
4. Сусов И.П. Семантика и прагматика предложения / И.П. Сусов. – Калинин: КТУ, 1980. – 51 с.
5. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – М.: Высшая школа, 1989. – 234 с.

Ханіна О.В. Роль темпу мовлення в реалізації комунікативної інтенції (на матеріалі англомовного діалогічного дискурсу).

У статті описаний характер варіативності темпу мовлення в залежності від інтенції мовця. Відправною точкою дослідження слугувало положення про те, що інтенція лежить в основі мовленнєвого акту, мотивує його, втілюється за допомогою різноманітних засобів мовленнєвого вираження в діалогічних висловлюваннях. Оскільки просодичні засоби вираження інтенції в діалогічному дискурсі досліджені вкрай мало, авторка статті зосереджена саме на них, присвятив статтю виявленню темпоральних закономірностей побудови діалогічного дискурсу. В статті наводиться класифікація діалогів, згідно їх інтенції та ступеню участі комунікантів. В результаті дослідження з'ясувалося, що характер варіативності темпу в досліджених діалогах є різним: прискореним темпом характеризуються інформаційні та змішані діалоги; середній та трохи

уповільнений темп притаманний спонукальним та переконуючим діалогам; діалоги-самопрезентації характеризуються середнім або прискореним темпом; в змішаних діалогах спостерігається різке контрастування прискореного темпу з уповільненим.

Ключові слова: діалог, діалогічний дискурс, комунікативна інтенція, просодія, темп мовлення.

Khapina O.V. The Role of Speech Tempo in Communicative Intention Realization (on the samples from English Dialogic Discourse).

The article dwells on speech tempo variation in terms of the speaker's intention. The starting point of the investigation is the hypothesis, that intention is the basis of any speech act, providing motivation for it; intention is manifested by various language means in dialogic utterances. As the prosodic means realizing intention in dialogic discourse have been scarcely investigated, it is them that the author of the article has concentrated on, having dedicated her article to the research of dialogic discourse temporal regularities. The article provides a classification of dialogues according to their intention and the degree of the communicators' involvement in a dialogue. The result of the analysis is that speech tempo variation in the investigated dialogues is different: quick tempo is observed in informational and mixed dialogues; moderate or slightly slowed down tempo is observed in imperative and persuasive dialogues; dialogues-selfpresentations are characterized by moderate or quick tempo; mixed dialogues are characterized by vast contrasts of quick and slow speech tempo.

Key words: dialogue, dialogic discourse, communicative intention, prosody, speech tempo.

Оксана Черниш
(Житомир)

УДК 81'38

СТРУКТУРА МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЯК ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЯВІВ ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКОГО СТИЛЮ ЖУРНАЛІСТА

У статті розглянуто структуру мовної особистості як основи дослідження проявів індивідуально-авторського стилю журналіста. З'ясовано сутність феномену мовної особистості, окреслено основні напрямки досліджень мовної особистості, наведено сучасні підходи трактування поняття мовної особистості, охарактеризовано характерні риси мовної особистості як сукупності здібностей і характеристик людини, які обумовлюють створення і сприйняття нею мовних творів. Розглянуто структуру мовної особистості та проаналізовано базові структурні рівні. Окреслено можливості прояву індивідуально-авторського стилю на базових структурних рівнях мовної особистості. Звернено увагу на можливість переважання певних стилістичних засобів виразності у творчості авторів-журналістів впливових жіночих журналів. Наголошено на важливості вивчення лінгвокогнітивного та парадигматичного структурних рівнів у дослідженні мовної особистості автора-журналіста.

Ключові слова: мовна особистість, мовна свідомість, індивідуальний стиль, засоби виразності.

Постановка наукової проблеми. Термін «мовна особистість» (МО) стає стрижневим системоутворювальним філологічним поняттям та розглядається у трьох напрямках – лінгводидактичному (закономірності навчання мови (К.Д. Ушинський, В.А. Сухомлинський, А.М. Пешковський)), літературознавчому (вивчення особливостей мови художньої літератури (В.В. Виноградов, М.М. Бахтін, Ю.М. Лотман)) та психолінгвістичному (взаємовідношення мови і мислення, особливості сприйняття, розуміння та впливу мовлення (Б. де Куртене, А.А. Потебня, М.І. Жинкіна, А.А. Леонтьєва)).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Власне лінгвістичні дослідження проблем МО присвячені розробці моделей МО (Г.І. Богін, С.Г. Воркачев, Ю.М. Караулов), аналізу МО як homo loquens (А.А. Залевська, Г.В. Ейгер, С.В. Лебедева, І.А. Раппопорт), дослідженню особливостей МО як носія національної мови і культури (В.М. Богуславський, Н.Ф. Уфімцев, Н.Л. Чулкін) тощо. Поняття МО розглядається як система «особистісних» феноменів (В. Красних),

досліджується етносемантична (С. Воркачов), емоційна (В. Шаховський), елітарна (Сиротиніна) мовна особистість; вивчаються дискурсивні (К. Седов), гендерні (Р.В. Серебрякова, Т.Л. Хрїзман), вікові (О.В. Крисіна, Т.Н. Полкоков) особливості МО, типи МО (П. Зернецький, К. Седов) тощо.

На сучасному етапі спостерігається інтерес до МО в контексті мовної творчості, індивідуально-авторського стилю, що становить поле нашого наукового інтересу. **Мета** даної статті полягає в розгляді структури мовної особистості як основи дослідження проявів індивідуально-авторського стилю журналіста.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Складність феномену МО обумовлює множинність підходів до трактування даного поняття. Сам термін в науковий обіг було введено в 30-х роках ХХ століття російським мовознавцем В.В. Виноградовим у праці «Про художню прозу», де зазначалося, що МО є відображенням соціально мовних форм і норм колективу, фокусом схрещення та злиття різних соціально мовних категорій [1]. МО розглядають як людину, взяту з точки зору її здатності до мовленнєвої діяльності [Богін 1989], комунікативну особистість, для якої мова – засіб спілкування [Сухіх, Зеленська 1997], а також національно-культурний прототип носія певної мови, етносемантичну особистість [Карасик 2004]. Найбільш вичерпне та систематичне визначення поняття МО було запропоновано у роботах Ю.М. Караулова, який під МО розуміє сукупність здібностей і характеристик людини, які обумовлюють створення і сприйняття нею мовних творів (текстів), що відрізняються: рівнем структурно-мовної складності; глибиною і точністю відображення дійсності; певною цільовою спрямованістю [2, с. 120].

Термін МО журналіста включає в себе три типи комунікативних потреб автора-журналіста: 1) контактостановлюючу (журналісту необхідно, щоб його читали); 2) інформаційну (журналіст намагається донести до читача свою точку зору на певну проблему); 3) маніпулятивну (журналіст намагається вплинути на думку читача, схилити його на свій бік) і три сторони процесу спілкування журналіста з читачем: 1) комунікативну; 2) інтерактивну і 3) перцептивну.

У процесі створення журналістських текстів відбувається кодування і декодування інформації при взаємодії трьох рівнів комунікативного простору МО – вербально-семантичного, лінгвокогнітивного (тезаурусного) та мотиваційного (прагматичного) [2]. Розглянемо кожний із рівнів детальніше.

На вербально-семантичному рівні відбивається ступінь володіння побутовою, повсякденною мовою. Вербальна мережа та стереотипні поєднання сприймаються МО як безумовна даність та є колективним початком, на базі якого формуються перші паростки індивідуальної творчості автора-журналіста. Цей рівень уніфікації МО створює умови формування та функціонування МО та представлений окремими словами, словосполученнями, стандартними формульними фразами, а також включає базис граматичних знань особистості.

Тезаурусний (лінгвокогнітивний) рівень відображає спектр узагальнених понять, концептів, якими володіє особистість. Даний рівень репрезентує актуальну для особистості картину світу та відтворює особистісні уподобання та індивідуальний вибір, передбачає тезаурус і культуру. Когнітивний рівень становить сукупність знань індивіда про навколишню дійсність, аксіологічні орієнтири людини, реалізує мислення особистості і відображає актуальну для особистості картину світу. Ось чому правомірно стверджувати, що МО починається саме з лінгвокогнітивного рівня, і саме в межах даного рівня вона здатна проявити свою індивідуальність. Якщо на вербально-семантичному рівні МО проявляється як індивід, то на тезаурусному рівні вона виступає суб'єктом [3, с. 139]. Індивідуальність МО може проявлятися у способах ієрархізації понять, їх сполук при побудові власних доводів. МО надає перевагу одному поняттю над іншим або надає певній ідеї статус важливої, навіть якщо вона не є такою. Саме тому лінгвокогнітивний рівень справедливо визначають як мовну свідомість особистості – колективне і індивідуальне активне відображення досвіду, зафіксованого в мовній семантиці [2, с. 100]; результат взаємодії когнітивного рівня з прагматичним, результат взаємодії системи цінностей особистості, картини світу з її життєвими цілями, мотивами і установками поведінки, що відображаються у створених нею текстах [2].

У ЗМІ важливий не стільки образ автора, скільки сама особистість автора – погляди, інтенції, бажання, громадська позиція, моральні норми, етичні установки тощо. В свою чергу особистість автора співвідноситься з особливостями індивідуального стилю журналіста та втілюється у ньому. Тезаурус характеризує та відображає картину світу, властиву авторові. Це рівень МО, на якому журналіст здійснює індивідуальний, власний добір мовних засобів, тематичне створення текстів, розуміння їх основної думки. На лінгвокогнітивному рівні свого мовного усвідомлення журналіст не тільки надає висловлюванню модальну забарвленість (формує власну позицію щодо проблеми), але і робить висловлювання аргументованим, логічним, зрозумілим. Даний рівень вважається базовим, оскільки він становить свідомість, мислення, пам'ять індивіда та тісно пов'язаний з його психологічними характеристиками, зберігаючи актуальну для нього інформацію та будучи своєрідною системою психологічних пріоритетів, виражених у тексті. Мовна свідомість журналіста створює ціннісні орієнтири, що складаються у автора в його мовному досвіді, який журналіст проектує в тексті. Особисте, суб'єктивне ставлення автора до життя органічно входить у зміст написаних ним творів журналістської творчості та відображається у палітрі використання стилістичних засобів виразності різних мовних рівнів – фонетичних та графічних для логічного наголосу повідомлення, засобів тропеїки для досягнення яскравого ефекту викладення інформації, активізування емоційного сприйняття читачами прочитаного, стимулювання читачів до створення певного образу, а також синтаксичних прийомів для змістовного та емоційного зображення подій, підсилення експресивної і комунікативної значимості висловлювання.

Матеріалом нашого дослідження слугують листи головних редакторів впливових жіночих журналів “*Elle*”, “*Cosmopolitan*”, “*Vogue*”, “*Glamour*”, “*Vanity Fair*”. Головні редактори журналів вдаються до різних прийомів та засобів виразності, щоб емоційно вплинути на читацьку аудиторію, переконати, розважити тощо. При цьому, в арсеналі кожного журналіста прослідковується переважання тих чи інших засобів вираження текстової тканини. Так, головний редактор журналу “*Elle*” Роберта Майерс, будучи доволі імпульсивною особистістю, переважно вдається до стилістичних фігур заміщення. Із метою підсилення враження на читача та впливу на емоції авторка доволі часто використовує гіперболу: “ ... *no matter whether their tastes run toward minimalist ease or 70s glam or blocking in the boldest, brightest, most uplifting colours we've seen in a decade*” (March, 2011); “ ... *as 83 looks bloated by, one opulent Chanel sea nymph after another – so young, the girls, so beautiful, so sure they've never going to die*” (March, 2012).

Із метою надання своїм статтям образності при описі тенденцій світу моди журналіст широко використовує фразові епітети: “ ... *Still, she's not digging through the hand-me-down jogging suits or leftover prom dresses to adopt a post-post-ironic stance ...*” (May, 2011); “ ... *The thrill of making it all the way to shore had me wanting to immediately adopt a surfer look not unlike my daughter's, in that sort of fake-it-all-you-make-it way... So which of my beloved designers are going to help me fulfill my desperate desire to rock the surfer-girl-in-the-city look?*” (October, 2011).

У творчій канві редактора неодноразово зустрічаються алюзії, що виступають засобом експресивності та образності мовлення: “ ... *The immortal words of Justin Timberlake: Rock your Body!*” (June, 2011).

Головний редактор “*Vogue*” Олександра Шульман, представниця гармонійного типу МО, також вдається до тропеїки, зокрема до використання гіпербол з метою привернення уваги читачів до принад світу моди: “ ... *The huge cuffs on Celine's fisherman's knits, Christopher Kane's camouflage and Victoria Beckham's ponyskin-fronted polonecks are only three examples of the newest, shoutiest trophy buys on the block ...*” (March, 2011); метафор для створення відповідного емоційного забарвлення повідомлення: “ ... *Fame and privacy have forever been uncomfortable bedfellows, and the price of such fame is constantly renegotiated ...*” (April, 2012) тощо. У своїй творчій лабораторії у більшості випадків автор послуговується синтаксичними засобами виразності, заснованими на редукції (номінативне речення, еліпсис, умовчання), експансії початкової моделі (повтори, вставні речення) та зміні порядку слідування компонентів початкової моделі (відокремлення).

Так, прийом замовчування свідчить про роздуми, емоційне збудження авторки і в той же ж час інтригує читача, змушує розмірковувати над повідомленням: “... *I suddenly want to wear trainers, rather than high heels, with my trousers ...*” (July, 2012).

Прийом повторів використовується з метою наголошення на важливості повідомлення, змушує читача ще раз і ще раз оцінити важливість наданої інформації: “... *it is also important to that our knowledge of famous individuals is not even more controlled by their massive PR machines – with their desire to approve every picture and every interview – than it already is ...*” (April, 2012).

Олександра Шулман часто використовує відокремлення як можливість уточнення важливих деталей повідомлення: “... *it is hard to imagine how a character like Carrie – with her mania, obsessions, completely inappropriate behaviour and lack of empathy – could win our hearts and minds ...*” (November, 2013).

Проте улюбленим інструментом синтаксичного рівня журналіста є риторичне питання, за допомогою якого вона змушує читача задуматися і зробити певні висновки: “... *The trouser suit. Well, when did you last buy one?*” (August, 2012); “... *Were we not interested in Sienna and her life, her appeal as a Vogue cover star would be lessened – but how much interest? And where does intolerable intrusion begin?*” (April, 2012).

Представником гармонійного типу МО також є головний редактор “*Cosmopolitan*” Кейт Уайт, яка як і Роберта Мейерс, у більшості випадків для надання експресивності та емоційності повідомлення вдається до використання тропеїки, зокрема гіперболи (“... *Sprinkled throughout this issue are little tips to bring out your happiest, sexiest, and most badass self in 2010 ...*” (January, 2010)), метафори (“... *We decided it was time to dish out a little punishment ...*” (March, 2010)) тощо. Проте авторка не нехтує і синтаксичними прийомами, такими як замовчування (“... *Florida took off his shirt, so did almost every other bachelor ... which, strangely enough, the guests didn't seem to mind a bit ...*” (January, 2010)), відокремлення (“... *We witnessed them having arm-wrestling matches before the Today show and pushup contests at the Cosmo Radio studio as well as competing to see who could get the most phone numbers (South Carolina managed to get 43 in only five minutes!)* ...” (January, 2010)) тощо.

Процес індивідуалізації продовжується та завершується на вищому мотиваційному (прагматичному) рівні, який представлений комунікативно-діяльними потребами МО. На даному рівні втілюється прагматикон особистості, тобто відображаються її мотиви, цілі та інтенції. Це сфера морально-етичних інтенцій, мотивів і потреб, сфера бажань, інтересів і прагнень [3, с. 138]. В аналізі МО мотиваційний рівень забезпечує закономірний і зумовлений перехід від оцінок мовної діяльності особистості до осмислення реальної діяльності у світі. При цьому варто зазначити, що виділення рівнів у структурі МО досить умовне, оскільки у реальному житті спостерігається їх взаємопроникнення і взаємозалежність [2, с.20].

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, саме тезаурусний та прагматичний рівні є тими складовими, в яких можна простежити власне МО журналіста. На тезаурусному рівні виявляється можливим прослідкувати індивідуальний вибір, особистісну перевагу тих чи інших мовних засобів. На мотиваційному рівні індивідуалізація МО досягає своєї межі – журналіст при створенні тексту враховує фактор адресата, читача, його пресупозицію, ступінь інформованості, а також намагається досягти перлокутивного ефекту, тобто маніпулювати думкою читача, залучити його на свій бік, змусити думати над піднятою автором проблемою і т.д. Зважаючи на вищесказане, комплексний аналіз всіх трьох рівнів МО може надати повне уявлення про МО журналістів, включаючи особливості стилю, мовну картину світу і світогляд авторів. Надалі вважаємо за необхідне зосередити увагу на мотиваційному (прагматичному) рівні мовної особистості та з'ясувати сутність використання тактик та прийомів з метою маніпулювання читачем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи / В.В. Виноградов. - М., 1963. – 255 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
3. Московская Н. Л. Формирование профессиональной компетенции лингвиста-преподавателя в интегрально-коммуникативном образовательном пространстве / Н.Л. Московская. – Ставрополь : Изд-во СГУ 2003. – 375 с.

Черныш О. Структура языковой личности как основа исследования проявлений индивидуально-авторского стиля журналиста.

Статья посвящена рассмотрению структуры языковой личности как основы исследования проявлений индивидуально-авторского стиля журналиста. Установлено сущность феномена языковой личности, определены основные направления исследований языковой личности, приведены современные подходы трактовки понятия языковой личности, охарактеризованы характерные черты языковой личности как совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений. Рассмотрена структура языковой личности и проанализированы её базовые структурные уровни. Определены возможности проявления индивидуально-авторского стиля на базовых структурных уровнях языковой личности. Обращено внимание на возможность преобладания определенных стилистических средств выразительности в творчестве авторов-журналистов влиятельных женских журналов. Подчеркнута важность изучения лингвокогнитивного и парадигматического структурных уровней в исследовании языковой личности автора-журналиста.

Ключевые слова: языковая личность, языковое сознание, индивидуальный стиль, средства выразительности.

Chernysh O. Linguistic Personality Structure as a Basis of Individual Journalist Style Manifestations Research.

The article deals with the consideration of linguistic personality structure as a basis of individual journalist style manifestations research. The essence of linguistic personality phenomenon is outlined; the main areas of linguistic personality research are stated, current approaches of linguistic personality definitions are given, linguistic personality peculiarities as a set of human abilities and characteristics that lead to text formation and its perception are described. The linguistic personality structure and its basic structural levels are analyzed. The possibilities of individual author's style manifestation on the basic structural levels of linguistic personality are underlined. Possible prevalence of certain stylistic means of expression in the works of influential women's magazines journalists is highlighted. The importance of linguo-cognitive and paradigmatic structural levels research in the journalist linguistic personality study is emphasized.

Key words: linguistic personality, linguistic consciousness; individual style, expressive means.

Світлана Чорна
(Запоріжжя)

УДК 811.112.2'373.612.2(045)

МЕТАФОРИЧНА ОБРАЗНІСТЬ У НІМЕЦЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

У статті з'ясовано особливості метафоричної образності у німецькому публіцистичному тексті. Універсальною рисою преси є пошук нових, свіжих, незатертих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Найважливішим і найбільш поширеним засобом реалізації експресивної функції у публіцистичному тексті є тропи, серед яких особливе місце займає метафора. Для створення оцінного ефекту і образності в газетно-публіцистичному мовленні використовуються саме метафори. Називаючи чи оцінюючи предмет, особу чи явище, метафора висловлює певну думку, містить певну інформацію, яка розрахована на емоційно-чуттєве сприйняття, тому що метафора це завжди образ, який є засобом зображення дійсності з максимальною наочністю

Ключові слова: засоби масової інформації, преса, публіцистичний стиль, тропи, метафора.

Постановка наукової проблеми. Засоби масової інформації — найважливіший чинник формування громадської думки в сучасному суспільстві, що стосується всіх сфер його життя. Частковим синонімом поняття «засоби масової інформації» є термін «преса», як найосновніший, поширений і історично найбільш ранній вид мас-медіа. Функціональними стилями, відповідними мові преси, є публіцистичний та інформаційний функціональні стилі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню публіцистичного функціонального стилю і мови преси надається значна увага у багатьох дослідженнях (роботи Г.Я. Солганика, А.П. Чудінова, О.О. Тертичного, А.М. Баранова, М.М. Володіної, О.М. Вольф, В.Г. Костомарова, І.М. Кобозевої, О.М. Григор'євої, Т.Г. Добросклонской, Т.А. ван Дейка, Дж. Етчисон, Р. Фаулера та ін.

Мета статті – проаналізувати метафоричну образність в німецькому публіцистичному тексті. Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**: уточнити поняття «метафора в публіцистичному тексті»; розглянути специфіку газетно-публіцистичної метафори та її види; проаналізувати особливості метафоричної образності в публіцистичному тексті.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Практично головною, характерною функцією публіцистичного тексту в багатьох сучасних дослідженнях визначається така: розв'язання суспільно-політичних питань, активний вплив на слухача, спонукання його до діяльності; пропаганда певних думок, ідей, переконань [5].

Преса сучасної Німеччини носить традиційно національний характер, який відрізняє німецьку пресу від преси, яка видається іншими мовами. Німецька культурна традиція виявляється також у використанні або «обігруванні» цитат з національної літератури, крилатих висловів національного плану, в національному гуморі.

Суттєвою стилеформуючою універсальною властивістю преси є прагнення до стислості, до економії журнально-газетної площі, яке супроводжується своєрідним мовним процесом, який називають мовною економією.

Найважливішим і найбільш поширеним засобом реалізації експресивної функції у публіцистичному тексті, створення в ньому експресивності й образності, є тропи: звороти мови, засновані на вживанні слова (поєднання слів) у переносному значенні і використуванні їх для посилення образотворчості та виразності мовлення. У ряді тропів, вагомих для публіцистичних текстів, особливе місце займає метафора, саме якій властивий експресивний та оціночний потенціал [4].

Слово " метафора " з грецької - *metafora* (*meta* — пере , *pherein* — носити). З часів Аристотеля і протягом довгого часу (аж до XX століття), метафора, тобто «стисле порівняння», сприймалася виключно як естетичне виразний засіб, «прикраса мови» , часом не тільки необов'язкова, а й шкідлива, заплутана, що відводить від основного змісту. Однак на підставі пізніших досліджень робиться висновок про те, що метафора є невід'ємною частиною мови і мислення. Дж. Лакофф у книзі «*Methaphors we live by*» вперше формулює когнітивну теорію метафори, суть якої полягає в тому, що метафора — це спосіб висловити складне через просте . Таким чином, метафора є не лише природним для людини способом відображення дійсності, але й способом її пізнання; вона — не стільки наслідок бажання і вміння «красиво сказати», але і єдиний спосіб висловити багато понять або зв'язок між ними, закріпити їх у мові, а значить і у свідомості, у мовній картині світу, і таким чином передати це знання наступним покоління [4].

Нарешті, ще однією особливістю метафори є здатність відображати найактуальніші процеси в суспільстві. Найбільшою мірою зараз це стосується тих метафор, які використовуються в мові засобів масової інформації, а саме в цьому випадку проявляються такі риси метафоричного перенесення, як емоційність, експресивність, оцінність. «З усіх тропів метафора вирізняється особливою експресивністю. Володіючи необмеженими можливостями в зближенні найрізноманітніших предметів і явищ, по суті, по-новому осмислюючи предмет, метафора здатна розкрити, оголити його внутрішню природу; нерідко метафора як своєрідна мікромодель є вираженням індивідуально - авторського бачення світу» [7, с. 109].

Метафора як лінгвістичний інструмент перенесення відомого на невідоме, освоєння сфери нового в термінах знаного притаманна всім без винятку природним мовам і незмінно наявна в семіотичному просторі будь-якої культури. Слід при цьому звернути увагу на культурну обумовленість кожної метафори , на яку вказував М. Блек : «На відміну від наукового знання система загальноприйнятих асоціацій може містити напівправду і навіть помилкові відомості , але для метафори важлива не істинність цих асоціацій, а їх швидка активація у свідомості. Через це метафора, яка діє в рамках однієї культури , може виявитися абсурдною в іншій » [1, с. 164].

Отже, метафора лежить в основі тих вторинних назв, які , хоча і представлені в кожній мові, мають своєрідну, притаманну тільки даній мові природу. У лінгвістиці метафора належить до явищ, які постійно розвиваються, тому що вона соціальна за своєю суттю. У метафорі

відображаються як особливості міфологічної свідомості даної мовної спільноти, так і специфіка конкретного історичного періоду. У метафоричному перенесенні «відображені дві важливі ознаки, що характеризують природу метафори: по-перше, її креативність, тобто здатність формувати нові поняття і мовні смисли, виходячи з наявних мовних смислів, по-друге, зв'язок з досвідом як індивідуальним, так і досвідом культурно - мовної спільноти, закодованим в лексичних і фразеологічних одиницях мови з його емотивними і культурними конотаціями» [2, с. 67].

Метафора показово засвідчує, як відображаються в суспільній свідомості різні фрагменти картини світу, стан суспільства і зміни, що відбуваються в ньому, тому вона незамінна в журналістських публікаціях. Український важливий також впливовий характер метафори. Г.Я. Солганик вказує, що «специфіка газетно - публіцистичної метафори проявляється в джерелах метафоризації, в механізмі і сутності (напряму) трансформації семантики лексичної одиниці, в характері функціонування і в стилістичному образі, якості метафори» [6, с. 98].

За походженням виділяють два типи метафор:

1. Метафора, найближчий контекст якої не містить багато назв предмета мов, крім неї. Предмет же розуміється імпліцитно з контексту, який і проявляє в метафорі потрібний для цієї ситуації зміст і забезпечує правильне розуміння. Зазвичай це одне слово: з. В. *Damals, Anfang der achtziger Jahre beispielsweise, als Lummer als Innensenator von Berlin bei den Linken als das "Monster von Berlin" und bei den Rechten als "Der Mann fürs Grobe" bekannt wurde und das Leben für ihn noch eine Art Sturmangriff war. ("Der Spiegel")*.

2. Дві або декілька лексичних структур, об'єднуючись, утворюють нове метафоричне значення: з. В. *Hätte Frau Moller nicht ihre ganzen Kräfte wegen eines "Nazi - Schweines" verbraucht, so hätte sie vielleicht noch Kräfte für die heutigen sozialpolitischen Veränderungen, die so dringend anstehen. ("Der Spiegel")*.

У німецькій публіцистиці можна розділити метафори на 2 групи:

1. Метафори, які беруть свій початок з загальнолюдських культурних витоків. Так, у німецькій мові, для позначення ідеї «заробити собі на життя, мати постійний заробіток, місце роботи» використовуються метафори зі словом «хліб». з. В. *Ein sicheres Brot haben, kaum das liebe Brot haben*. Слово «Provinz» у словосполученні nach Provinz schmecken має переносне метафоричне значення «глушина».

2. Метафори, які виникли внаслідок подібності з протіканням психологічного процесу або внаслідок запозичення: з. В. *in einer gesunden Atmosphäre aufwachsen* (вирости в здоровій атмосфері).

У німецькій пресі виділяється група метафор, які обумовлені національно-культурними особливостями народу, який має свою унікальну історію розвитку і свої особливості в інтерпретації культурних традицій, що й відображається в метафоричному фонді.

Наприклад: *etw. j-m spanisch vor* (висловлення виникло в часи імператора Карла V, який був королем Іспанії, впроваджував на німецьких землях іспанські звичаї, які були для німців незвичними і незрозумілими).

Деякі метафори пов'язані з певними звичаями та традиціями: з. В. *Pfingstochse* - про позбавлену смаку людину (Пов'язано з давнім звичаєм розфарбовувати бика в день Трійці).

Разом з тим можна виділити групу метафор, розкриття яких не потребує особливого культурознавчого коментаря:

з. В. *der Kopf der Zeitung* – шапка газети; *ein heisses Eisen* – делікатне діло; *alles aufs Spiel setzen* – поставити все на карту.

Універсальною рисою преси є пошук нових, свіжих, незатертих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Для створення оцінного ефекту і образності в газетно-публіцистичному мовленні використовуються метафори. Наприклад: „Nazi-Schweines“, „politischen Harakiri“, „der Affen-Mann“, „die Nilpferd –Männer“.

Метафори в газетно-публіцистичній мові виконують особливу роль: вони використовуються не стільки для образності, скільки для створення емоційного ефекту, позитивного чи негативного: *streitbaren Demokratie, ideologischen Blockaden, flüssige Valuta, Gulag-Infrastruktur*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, називаючи чи оцінюючи предмет, особу чи явище, метафора висловлює певну думку, містить певну інформацію, яка розрахована на емоційно-чуттєве сприйняття, тому що метафора це завжди образ, який є засобом зображення дійсності з максимальною наочністю. Ступінь наочності і конкретності зображення залежить від специфіки тих понять, властивості яких зіштовхуються в єдиному терміні. У функцію метафори входить також підсилення виразності та сили висловлення. Отже, метафора є не лише засобом образного, художнього сприйняття і віддзеркалення реально й об'єктивно існуючої дійсності, але й свідченням певного авторського ставлення й причетності до зображуваного.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блэк М. Метафора / М. Блэк // Сб. Теория метафоры [под ред. Н. Д. Арутюновой]. - М., 1990. - С.153-172.
2. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: [учеб. пособие] / Н.С. Валгина. - М. : Логос, 2001. - 304с.
3. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры / И.М. Кобозева // Вестник МГУ. Сер.9: Филология. - 2001. - №6. - С.132-149.
4. Ковалевская Е.В. Метафора и сравнение в публицистическом тексте (на материале английского языка): автореф. дис.. на соиск. уч.степени кандидата филол. наук: 10.02.04 / Ковалевская Екатерина Витольдовна. - Москва, 2011. - 17с.
5. Мацько Л. І. Українська мова : навчальний посібник для учнів старших класів та абітурієнтів / Л. І. Мацько, О. М. Мацько, О.М. Сидоренко. — Донецьк : БАО, 2003. — 478 с.
6. Солганик Г. Я. О специфике газетно-публицистической метафоры и метафоризации / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура на переломе тысячелетий: рабочие материалы междунар. конф. - М., 2002. - С. 96-100.
7. Тупицина И.Н., Скороходова Е.Ю. Природа метафоры и ее использование в современной российской прессе / И.Н. Тупицына, Е.Ю. Скороходова // Вестник челябинского государственного ун-та. Филология. Искусствоведение. - 2009. - № 22 (160). Вып.33. - С.108—114.

Черная С. Метафорическая образность в немецком публицистическом тексте.

В статье выяснены особенности метафорической образности в немецком публицистическом тексте. Универсальной чертой прессы является поиск новых, свежих, незатертых средств выражения - слов, образов, стилистических приемов. Важнейшим и наиболее распространенным средством реализации экспрессивной функции в публицистическом тексте являются тропы, среди которых особое место занимает метафора. Для создания оценочного эффекта и образности в газетно - публицистической речи используются именно метафоры. Называя или оценивая предмет, лицо или явление, метафора выражает определенное мнение, содержит определенную информацию, которая рассчитана на эмоционально - чувственное восприятие, потому что метафора это всегда образ, который является средством изображения действительности с максимальной наглядностью.

Ключевые слова: *средства массовой информации, пресса, публицистический стиль, тропы, метафора.*

Chorna S. Metaphorical Figurativeness in German Journalism.

The article looks into the peculiarities of metaphorical figurativeness in German journalism. The universal feature of the press is pursuit of new fresh unhackneyed expressive means: words, imagery, stylistic devices. Tropes, and metaphor in particular, are the most important and widespread means of expressiveness in journalism. Metaphors are used in news discourse to create evaluative effect and figurativeness. By naming or evaluating an object, person or fact the metaphor expresses an idea, presents information which appeals to feelings and emotions, as a metaphor is always an image that reflects reality with maximum visuality.

Key words: *mass media, press, journalism, tropes, metaphor.*

Владислава Щербицька
(Дніпропетровськ)

УДК 81-13

«РОДИНА» ЯК КЛЮЧОВИЙ БЛОК СПОГАДІВ У ЖІНОЧИХ РОМАНАХ

У статті розглянуто ключовий блок спогадів у жіночих та чоловічих сучасних автобіографічних творах. Виявляється вплив гендерного чинника на тематичне розгалуження спогадів у чоловічих та жіночих романах. Встановлено, що до основних спогадів можна віднести спогади про родину взагалі. Також розглянуто складові основної теми. Саме ці складові виявляють гендерний фактор у тексті. Гендер проявляється у тому, скільки спогадів у автобіографіях присвячено тому чи іншому члену родини. З'ясовано основні схожі та відмінні підтеми в спільній темі (для чоловіків та жінок) як засобів реалізації гендеру в художньому творі. Виявлено, що жінка перше місце в спогадах про родину відводить чоловікові, а чоловік більше акцентує на згадках про батьків. Аналіз було проведено на матеріалі восьми англійських автобіографічних творів, виданих на початку ХХІ століття. Авторка остаточно не розв'язує питання, чому саме так розподіляються спогади у чоловіків та жінок, але надає припущення з цього приводу.

Ключові слова: гендер, сім'я, автобіографія, матір, батько.

Постановка наукової проблеми. Останніми десятиріччями гендерний вимір у лінгвістиці стає все більш важливим в оцінці процесів суспільного функціонування та розвитку суспільства. Поняття «гендер» увійшло до сучасної лінгвістичної науки у другій половині минулого століття. Протягом останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується у вітчизняному (О.Л. Бессонова, О.Л. Козачишина, А.П. Мартинюк, К.В. Піщикова, О.М. Холод, О.І. Горошко та ін.) і в російському (А.В. Кириліна, В.В. Потапов та ін.) мовознавстві.

Існує спектр робіт, які торкаються різноманітних аспектів взаємодії між людьми, між мовою та гендером. До них відносяться дослідження особливостей комунікативної поведінки поліцейських (чоловіків і жінок) (McElhinny 1995), комунікативних стратегій представників чоловічого і жіночого населення в Інтернеті (Hering 1995) і т.д. У вітчизняній лінгвістиці досліджуються гендерні маркери мовної поведінки політичних діячів (Галіна 2003), вербальне поведінка чоловіків і жінок в неофіційній комунікативній ситуації (Мартинюк, Землянський 1996), гендерна номінативна специфіка поетичного тексту (Бабенкова 2001), вербалізація емоцій у художній прозі (Баженова 1999), комунікативна взаємодія чоловіків і жінок в сім'ї (Стернин 1999).

Особливості тематичного розгалуження спогадів у тексті в гендерному аспекті є, на нашу думку, найменш висвітленим питанням у гендерних дослідженнях. Більш того, гендерне маркування автобіографічного тексту взагалі не вивчалось. Це і визначило **актуальність** нашого дослідження. Наша робота присвячена аналізу та порівнянню тематичного блоку «сім'я» в романах, які постають певною репрезентацією гендеру в автобіографічному творі ХХІ століття. **Мета** цього дослідження – виявлення головних спільних та відмінних підтем у спільній темі (для чоловіків та жінок) як засобів реалізації гендеру в художньому творі. Нашим завданням є виявлення в автобіографічних творах тематичних блоків спогадів та встановлення гендерної зумовленості їхнього вживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ступінь вивченості автобіографії в західній науці вище, ніж у вітчизняному літературознавстві. Проте, в працях Б.М. Ейхенбаума, М.М. Бахтіна, Л.Я. Гінзбург, А.Г. Тартаковського, В. Кардін, В.С. Барахова, В.П. Трикова, М.С. Уварової, С.О. Машинського, А. Урбана, Є.П. Гречаної, Н.А. Ніколіної та інших дослідників визначається специфіка автобіографічного листа, що є істотним внеском у розвиток теорії жанру. В Україні на сьогоднішній день не опубліковано жодної монографії з теорії автобіографічного жанру, проте наші вчені протягом багатьох років плідно вивчають мемуарно-автобіографічну прозу в цілому, не завжди вдаючись до жорсткого термінологічного розмежування її жанрових різновидів. Скрупульозно аналізують окремі автобіографічні твори фахівці з зарубіжної літератури: Н.С. Шрейдер, Д.Л. Чавчанідзе, Н.Я. Д'яконова, Ю.М. Зарецький. Однак ці дослідження нечисленні і, як правило, обмежені рамками творчості окремо взятих пісателів. Важливе значення для розуміння сутності автобіографії мають роботи,

присвяченi бiографiчного жанру, наприклад, монографiї Г. Винокура, С.С. Аверинцева, Т.М. Потнiцевої, публiкацiї Ю.М. Лотмана, Б.В. Дубiна, А.Л. Валевського. Жанр автобiографiї складний у визначеннi, тому що риси автобiографiчностi виявляються в творах рiзних жанрiв, вiд роману, в якому автор неминуче використовує життєвий досвiд, до лiрики, пронизаної особистiсними смислами. Єдиної думки про жанрову диференцiацiю его-текстiв не вироблено. Увагу представникiв даного напрямку звернено до питань канону i динамiки жанру, що має на увазi дослiдницьку роботу на базi великого текстового матерiалу. Жанровий пiдхiд реалiзовано в роботах Л.Б. Карасєва, Т.М. Колядич, Н.А. Нiколинi [4, с.12].

Матерiалом дослiдження стали художнi твори, автобiографiї чотирьох жiнок (Ш. Осборн, Д. О'Дауд, Дж. Томлiн, Дж. Волтерс) та чотирьох чоловiкiв (Ч. Крей, Р. Бренд, Р. Бренсон, Г. Ремзi).

Виклад основного матерiалу й обґрунтування отриманих результатiв дослiдження. Найбiльш послiдовно розумiння автобiографiї розглядається в лiтературознавчих дослiдженнях. Так, в лiтературознавствi автобiографiя розумiється як «лiтературний прозаїчний жанр; як правило, послiдовний опис автором власного життя» [2, с.12].

На матерiалi автобiографiчної лiтератури iснує велика кiлькiсть дослiджень, проведених лiнгвiстами. У цих роботах розглядаються мовнi особливостi органiзацiї мемуарно-автобiографiчних текстiв (Н. А. Нiколинa, Є. Г. Новiкова), стилiстичнi прийоми (Е. А. Кованова та iн.), засоби вираження об'єктивних i суб'єктивних факторiв у жанрi автобiографiї (Є. І. Голубєва), лексичнi особливостi (І. В. Белобородова, Т. А. Ивановa та iн.) На заходi в цiй галузi видiляються працi таких учених, як Г. Мiш, Ж. Гусдорф, У. Шумейкер, Х. Н. Уiтеред, П. М. Спекс, У. Спенджемен, Дж. Олнi, Е. Брюс, Л. Петерсен, Дж. Пiллінг, Б. Фiннi, Ф. Лежен.

Говорячи про тематичне розгалуження чоловiчих або жiночих спогадiв, передусiм наведемо визначення теми взагалi. У творi одна тема може доминувати, пiдпорядковувати собi весь змiст. Крім головної теми можуть iснувати теми певних роздiлiв, частин, абзацiв i, нарештi, просто речень. Б. В. Томашевський зауважив з цього приводу наступне: «У художньому вираженнi окремих речень, поєднуючись мiж собою за iх значенням, дають у результатi деяку конструкцiю, об'єднану спiльнiстю думки або теми» [7, с. 43]. Тобто весь художнiй текст можна подiлити на складовi його частини, i в кожнiй видiлити певну тему.

Основне значення теми полягає в тому, що вона виступає як посередник мiж реальною дiйснiстю, явища якої так чи iнакше вiдбиваються у творi, i втiленому в ньому самому його внутрiшнiм художнiм свiтом, в якому певним чином аналізується та узагальнюються вiдображенi явища дiйсностi [8, с. 138].

Чоловiки та жiнки по-рiзному сприймають дiйснiсть, iх хвилюють рiзнi теми.

Самовираження жiнки в лiтературi вiдрiзняється вiд чоловiчого. Л.Є. Улицька говорить так з цього приводу: «Мистецтво дiлиться на чоловiче i жiноче Свiт чоловiчий i свiт жiночий - рiзнi свiти. Мiсцями перетинаються, але не повнiстю. У жiночому свiтi бiльшого значення набувають питання, пов'язанi з любов'ю, сiм'єю, дiтьми» [1, с. 3].

На сьогоднi жiноча проза ввiбрала в себе практично всi можливі теми, включаючи глобально-фiлософськi - життя i смерть, невилiковнi хвороби, самовизначення, зв'язок поколiнь, фрустрацiя, соціальна боротьба, подолання побутової вульгарностi життя, навiть фантастичнi елементи, такi як нашестя iнопланетян або iрреальнi умови iснування. Тобто, автори наочно i вельми переконливо довели всеохопнiсть лiтературних тем жiночої прози [3, с. 2]. Дослiдники, також, вiдзначають, що в сучаснiй жiночiй прозi, на тематичному рiвнi, iснує новаторство. «Письменницi привнесли в лiтературу тiлесний досвiд жiнки, зокрема проблеми, пов'язанi з репродуктивним досвiдом: вагiтнiсть, пологи, аборти-то, що практично не зачiпалося письменницями в радянськiй час. Якщо ж говорити про образний рiвень, то нова жiноча проза дуже активно зайнялася деконструкцiєю традицiйних чоловiчих i жiночих постатях» [6, с. 18]. Також, якщо мiркувати про особливi складовi класичної жiночої прози, можна вiдзначити такi її риси, як: високий (порiвняно з чоловiчим поглядом) психологiзм сприйняття свiту, особливо - сфери людських вiдносин, наявнiсть своєрiдного контрасту в цьому сприйняттi: особлива вразливiсть i унiкальна рiшучiсть у критичних ситуацiях [3, с. 2].

Головна тематика спогадiв та iх гендерна зумовленiсть прослiдковується вже у назвах автобiографiчних творiв. Инодi ця зумовленiсть стає зрозумiлою с самого початку[11,12,15], але инодi, для цього потрiбно знати змiст твору[10,13,16,17].

У наведенiй нижче таблицi данi, якi показують, яку тематику автор вiдображає так чи iнакше вже у назвi автобiографiї.

тематика назв	чоловiчий текст	жiночий текст
кар'єра	3	0
сiм'я	1	3
iнше	0	1

Назви чоловiчих автобiографiї (три з чотирьох) пов'язанi з професiйною дiяльнiстю автора прямо: «Humble pie», «Losing my Virginity», або побiчно «My booky wook». I тiльки один автор уже в назвi автобiографiї прiоритет вiддає темi сiм'я: «Me and my brothers».

Розглянемо, наприклад, назву автобiографiї Г. Ремзi «Humble pie». Вона має подвiйне значення. З одного боку «Humble pie» перекладається як приниження. Саме через приниження не раз довелося пройти автору на шляху до успiху. З iншого боку, автор - вiдомий шеф-кухар, тема їжi, i все що з нею пов'язано, основна в його автобiографiї, не дивно, що i в назву включено слово, безпосередньо пов'язане з даною тематикою.

Деякi назви жiночих автобiографiї можна пов'язати з кiлькама тематиками. Наприклад, автобiографiї Д. О'Дауд «Cry salty tears», Дж. Томлiн «Behind closed doors» - це iсторiї домашнього насильства i жорстокостi, з одного боку. З iншого, - розкриваючи настiльки актуальну для жiнки тему, автори, в першу чергу, говорять про своїх найближчих родичiв - чоловiкiв i батькiв. Тому назви цих автобiографiї ми пов'язуємо з темою сiм'ї.

Основнi теми, яким присвяченi романи (такi як: сiм'я, робота, дитинство), представленi в рiзному процентному спiввiдношеннi в чоловiчому та жiночому тексті. Иснують, також, такi тематичнi блоки спогадiв, якi можна вiднести тiльки до чоловiчих або жiночих (спорт, зовнiшнiсть).

Для виявлення тем в автобiографiчному творi ми вдалися до контент-аналiзу.

Иснують деякi правила, коли в якостi одиницi аналізу обирається тема:

- Тема не може виходити за межi абзацу.
- Нова тема виникає, якщо вiдбувається змiна:
 - того, хто сприймає;
 - того, хто дiє;
 - мети;
 - категорiї [6, с. 86].

У нашому випадку пiд темою ми розумiємо частину автобiографiчного тексту в межах одного абзацу, за умови, що в абзацi не вiдбувається змiна дiючої особи або мети розповiдi.

Автобiографiчний текст мiстить велику кiлькiсть рiзноманiтних тем, що обумовлено самим жанром. У процесi дослiдження нами були вiдбранi тi теми, до яких автори зверталися найчастiше пiд час розповiдi. До таких тем ми вiдносимо двi теми: сiм'я та робота.

чоловiки	жiнки
Робота 46%	Робота 11%
Сiм'я 19%	Сiм'я 51%

Л.Н. Ожигова в результатi дослiджень переконалася, що до найважливиших смисловим складових, що задає напрямки самореалiзацiї чоловiкiв i жiнок, вiдносяться сiм'я i професiйна дiяльнiсть. Тема сiм'ї з'являється в мiркуваннях про самореалiзацiю i власне призначення i у чоловiкiв, i у жiнок. Але якщо у жiнок сiм'я - це простiр реалiзацiї та особистiсних вкладiв в iнших, то для чоловiкiв сiм'я - це опора, мiсце комфорту i вiдпочинку, те, що потрiбно захищати[5, с.156].

У данiй статтi ми розглянемо тему сiм'я як одну з головних тем автобiографiчного роману. Сiм'я є однiєю з найбільших цiнностей, створених людством за всю iсторiю свого iснування. Жодна нацiя, жодна культурна спiльнiсть не обходиться без iнституту сiм'ї. У її позитивному розвитку, збереженнi, закрiпленнi зацiкавлене суспiльство, держава. Мiцної, надiйної сiм'ї потребує кожна людина незалежно вiд вiку. Доктор Кетрiн М. Уоллес, професор, автор низки публiкацiї з проблем сiмейно-шлюбних вiдносин в Англiї, у своїй книзi «На захист

вiрностi» пише, що «на початку третього тисячолiття, коли перед людством стоїть проблема виживання, ми повиннi визнати, що наші труднощi розв'язнi, тiльки якщо ми об'єднаємо зусилля всiх поколiнь родини, так як сiм'я - це опора впорядкованого i стабiльного суспiльства. Потрiбно пам'ятати i цiнувати предкiв, потрiбно зберiгати стабiльнiсть шлюбних вiдносин, якi безпосередньо пов'язанi з дiтьми та онуками» [17, с.29].

Виявляється, що для авторiв-жiнок «сiм'я» це найголовнiша тема спогадiв, тодi як у чоловiкiв вона посiдає друге мiсце.

Уважаємо, що процентне сiввiдношення двох наведених вище головних тем в автобiографiях вже свiдчить про гендерний чинник в тематичному розподiлу тем. Очевидно, що саме гендер впливає на тематичне розгалуження.

Звернемо увагу на головнi пiдтеми, якi складують тему «сiм'я».

чоловiки	жiнки
Батько 20%	Чоловiк 16%
Мати 20%	Батько 12%
Дружина 13%	Дiти 7%
Дiти 10%	Мати 6%

З наведеної таблиці видно, що тематичне розгалуження спогадiв дуже вiдрiзняється у чоловiкiв та жiнок про своїх родичiв. Очевидно, що у чоловiкiв батьки займають першу сходанку, бiльш того батько i матiр мають однакову кiлькiсть згадувань в процентному сiввiдношеннi. Зовсiм по-iншому згадують родичiв жiнки. Для жiнки-автора головним об'єктом спогадiв про родину стає чоловiк.

Жiнка-автор навiть присвячує книгу-автобiографiю чоловiкови: *I dedicate this book to my darling husband Ozzy. Thank you for being my partner and my best friend and for changing my life for the better.*

Тодi, як чоловiки, автобiографiї, яких дослiджуються не присвячували жiнцi книги.

Можно зауважити, що приблизно чоловiки i жiнки однаково згадують про своїх родичiв, i тiльки спогади про матiр рiзко (бiльш нiж в три рази) вiдрiзняються в процентному сiввiдношеннi. В психологiчнiй лiтературi iснує багато дослiджень, якi присвяченi теми вiдносин батькiв i дiтей, вивченню ролi матерi чи батька у життi дитини. Але майже не iснує дослiджень протилежного напрямку: вiд дiтей до батькiв, тобто майже вiдсутня iнформацiя щодо ставлення вже дорослих дiтей до батькiв у дитинствi. А тi данi, якi є на сьогоднiшнiй день, суперечливи:

«Вплив статi дiтей на сприйняття батькiв. Данi, наявнi в лiтературi з цього питання, суперечливи. Однi автори вiдзначають, що дiвчатка, в порiвняннi з хлопчиками, сприймають батькiв бiльш дбайливими i ласкавими, а хлопчики сприймають матерiв, в порiвняннi з дiвчатками, менш ласковими. Iншi данi говорять про те, що хлопчики вважають, що матерi до них бiльш вимогливи, нiж до дiвчаток, але в той же час i бiльше їх захищають. Дiвчатка частiше вiдчувають почуття вiдчуженостi з боку батькiв, хлопчики - з боку матерiв. У проявi позитивних батькiвських почуттiв (любовi, захисту, вимогливостi) вищу оцiнку отримали матерi»[9, с.167].

Або такi висновки: «Нашi данi свiдчать про те, що вплив матерi на особистiсть дiтей оцiнюється вище, нiж вплив батька. Причина цього не тiльки в актi народження нового життя, а й у змiстi подальшого життя, у функцiях захисту, контролю, корекцiї, в цiлому психологiчному супроводi пiдростаючого поколiння» [9, с.182]. Тобто тi вiмiнностi, якi були зафiксованi в автобiографiчному тексті на сьогоднi не можливо пояснити за допомогою сумiжної дисциплiни.

Можливо, це пояснюється бiльш негативними стосунками мiж матiр'ю та донькою, якi були описанi в двох iз чотирьох автобiографiях. Наприклад, так пише Ш.Осборн про втрату матерi: *My mother had died just before Christmas. My brother called and told me she was dead, and I said, 'Oh what a shame', and put the phone down. I never shed a tear, never had a twinge in my stomach, nothing* [14 с.320].

Висновки дослiдження та перспективи подальших наукових розвiдок. Згiдно нашого дослiдження ми прийшли до наступних висновкiв. По-перше, тема «сiм'я» є важливою ланкою спогадiв як для чоловiкiв, так i для жiнок. Однак, гендерний чинник проявляється вже в самiй кiлькостi згадувань цiєї теми. Для жiнки ця тема найголовнiша в автобiографiчних спогадах i становить майже 50% вiд усiх спогадiв, тодi як у чоловiкiв вона посiдає лише друге мiсце i

становить лише 19% вiд загальної кiлькостi спогадiв. По-друге, в самiй темi iснують пiдтеми, розподiл яких вiдображають гендерну зумовленiсть спогадiв про сiм'ю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаврилов Е. Людмила Улицкая: И у меня не все получается / Е. Гаврилов // Литературная Россия. 31 марта 2006 г. - № 13 (249). - С. 3.
2. Мильчина В. А. Автобиография // Литературный энциклопедический словарь. - М. : Сов. Энциклопедия, 1987. С. 12.
3. Наклейщикова Мария Владимировна Г. Санкт-Петербург 2013 г. <http://www.proza.ru/avtor/mawuk>
4. Николина Н.А. Автобиографическая повесть о детстве в современной литературе / Н.А. Николина // Дети и книга. - М., 1992.- Вып. 1.- С. 12-24.
5. Ожигова Л. Н. Психология гендерной идентичности личности / Л.Н. Ожигова. – Краснодар : Кубанский ГУ, 2006. – 290 с.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – Г.Г. Почепцов.. — М. : Рефл-бук, 2001.
7. Томашевский Б. В. Теории литературы. Поэтика / Б.В. Томашевский. - М., 1996.
8. Теория литературы: основные проблемы в историческом освещении. Стил. Произведение. Литературное развитие. – М. : Высшая школа, 1995. — 302с.
9. Хоментаскас Г.Т. Семья глазами ребенка. М.,1989.
10. R. Brand. My Booky Wook. Hodder & Stoughton. Hodder & Stoughton Ltd, 338 Euston Road, London NW1 3BH, 2007. – 335 p.
11. R. Branson. Losing My Virginity. The Autobiography – Virgin. Virgin Publishing Ltd, Thames Wharf Studios, Rainville Road, London W6 9HT, 1999. – 507 p.
12. C. Kray, R. McGibbon. Me and My Brothers Harper Perennial. An imprint of HarperCollinsPublishers 77-85 Fulham Palace Road, Hammersmith, London W6 8JB, 2008. – 461 p.
13. D. O'Dowd. Cry Salty Tears – Century. Random House, 20 Vauxhall Bridge Road, London SW1V 2SA, 2007. – 249 p.
14. S. Osbourne. Extreme. My Autobiography Time Warner Books. An imprint of Time Warner Book Group UK, Brettenham House, Lancaster Place, London WC2E 7EN, 2005. 372 p.
15. G. Ramsay. Humble Pie HarperCollinsPublishers. HarperCollinsPublishers 77-85 Fulham Palace Road, Hammersmith, London W6 8JB, 2006. – 285 p.
16. J. Tomlin. Behind Closed Doors Hodder & Stoughton. Hodder & Stoughton Ltd A division of Hodder Headline, 338 Euston Road, London NW1 3BH, 2006. – 273 p.
17. Wallace C. M. In Honour of Fidelity. London: G. Routledge, 2000. P.29.
18. J. Walters. That's Another Story. The Autobiography Phoenix. An imprint of Orion House, 5 Upper St Martin's Lane, London WC2H 9EA, 2009. – 305 p.

Щербицкая В.В. «Семья» как ключевой блок воспоминаний в женских романах.

В статье рассматривается ключевой блок воспоминаний в женских и мужских современных автобиографических произведениях. Выявляется влияние гендерного фактора на тематическое разветвления воспоминаний в мужских и женских романах. В статье устанавливается, что к основным воспоминаниям можно отнести воспоминания о семье вообще. Также рассматривается составляющие основной темы. Эти составляющие обнаруживают гендерный фактор в тексте. Гендер проявляется в том, сколько воспоминаний в автобиографиях посвящено тому или иному члену семьи. Выявлено, что для женщины первое место в воспоминаниях о семье отводит мужу, а мужчина, больше всего, пишет о родителях. Анализ был проведен на материале восьми английских автобиографических произведений, изданных в начале XXI века. В статье не дается ответа почему именно так распределяются воспоминания у мужчин и женщин, но предоставляются предположения на этот счет, хотя это и не было целью данного исследования.

Ключевые слова : гендер, семья, автобиография, мать, отец.

Shcherbitskaya Vladislava. «Family» as a Key Component in Female Novels.

The article deals with a key block memories in women's and men's contemporary autobiographical writings. It turns out the impact of gender on the contextual factors branching memories in male and female novels. The article states that the main memories include memories of the family in general. Also considered components of the main theme. These elements reveal the gender factor in the text. Gender manifests itself in how many memories in autobiography it is dedicated to a particular family member. We found that the first woman in the memories of family devotes her husband, and men write about their parents. Analysis was carried out on the material of eight British autobiographical works that were published at the beginning of the XXI century. The article provides no answers why so memories are distributed in men's and women's novels, but there are some assumptions, although it was not the purpose of this study.

Key words: gender, family, autobiography, mother, father.

**VI. ЗІСТАВНЕ ВИВЧЕННЯ МОВ.
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Yulia Berezhanska
(Poltava)

UDC 811.111'373.43

**CONCEPTUAL METAPHORS AND METONYMIES AS A CHALLENGE
FOR CROSS-CULTURAL COMMUNICATION**

Бережанська Ю. Концептуальні метафори та метонімії як об'єкт міжкультурної комунікації.

У статті розглядається роль концептуальних метафор і метонімії у системі когнітивної лінгвістики та міжкультурної комунікації. Універсальні метафори та метонімії є основою людського мислення. Крім того, метафори і метонімії є ефективними інструментами для дослідження концептуальної системи мислення в різних культурах. Концептуальні метафори та метонімії концентрують культурний досвід, репрезентують стереотипні історичні знання, колективний досвід, а також широкий спектр різних культурних кодів. Метафори та метонімії вказують на шляхи концептуального «розтину» навколишньої дійсності, системи цінностей, прийняті у межах певної етнокультурної спільноти. Таким чином, метафори та метонімії утворюють уніфіковану систему запису і передачі найважливішої культурної інформації. Дослідження концептуальних метафор та метонімії уможливує розкриття характерних рис мислення у різних культурах, виявляє специфіку менталітету та особливості сприйняття світу, а також унікальні формули комунікації в національних мовах.

Ключові слова: метафора, метонімія, когнітивна лінгвістика, міжкультурна комунікація.

Problem definition in the context of modern philological science. The nature and peculiarities of human language have always been within the focus of increased attention among scientists. The relationship between language and thinking is one of the fundamental issues in linguistics. The hypothesis of linguistic relativity, developed by the American linguists Benjamin Lee Whorf and Edward Sapir in the 1930s, has paved the way for the research in this direction. The Sapir-Whorf hypothesis suggests that the structure of language affects the way of thinking and the reality cognition. It is assumed that people who speak different languages have different perceptions of the world and different thinking. According to Whorf, grammatical and semantic categories of language are not only the tools for transferring thoughts; they also shape the ideas and manage the intellectual activity. The Sapir-Whorf hypothesis has stimulated serious discussion and debates concerning the relationship between language and thought. As Barry Blake asserts, «our perception may not be constrained by language, but it is plausible to suggest that our perception is influenced by the categories of our language» [2, p. 51].

The obvious correlation between language and thought supposes the correspondence between their structures. In this context, Vyvyan Evans and Melanie Green refer to the phenomenon of a conceptual domain, that is, a «body of knowledge» [5, p. 18] which encloses and arranges the related notions. The scholars analyze a number of conventional expressions («Christmas is fast approaching»; «the number of shares we own has gone up»; «Those two have a very close friendship») and conclude that they are related to the abstract conceptual domains, such as TIME, QUANTITY and AFFECTION correspondingly. At the same time, these expressions pertain to the physically feasible and concrete conceptual domains of MOTION, VERTICAL ELEVATION and PHYSICAL PROXIMITY respectively («Christmas is approaching»; «shares have gone up»; «very close friendship»). In doing so, the scholars adhere to the ideas of cognitive approach to the problems of language and thinking which was pioneered by George Lakoff and Mark Johnson in 1980. The scientists contend that «it is language which ultimately determines the world view of its speaker; only the words spoken give shape to the concepts of our mind» [3, p. 6]. The major findings of Lakoff and Johnson consist in the tendency of human conceptual system to systematically structure and conceptualize abstract concepts in terms of

«our experience of the behaviour of physical objects» [3, p. 18]. Thus, the central place in the theory of Lakoff and Johnson belongs to the notion of metaphor.

In fact, the linguists assert that metaphor is not simply «a device of the poetic imagination and the rhetorical flourish – a matter of extraordinary rather than ordinary language» [8, p. 3], but a crucial category of human reasoning. Lakoff and Johnson contend that the process of human thinking is essentially metaphorical. Ultimately, the scholars relieve metaphor from its peripheral position as an ornamental linguistic device and bring it to the foreground of human conceptual system. Metonymy, likewise, occupies an important place in the conceptual system; it is also an integral component of human reasoning. As Lakoff and Johnson observe, it is necessary to distinguish between metaphor and metonymy as essentially different kinds of processes. The scholars contend that «metonymy has primarily a referential function, that is, it allows us to use one entity to stand for another» [8, p. 37] (for example, THE PART FOR THE WHOLE: «clear head» stands for an intelligent person). In fact, metonymy and metaphor perform the similar functions. Likewise, adjacency is not just a rhetorical device, but also a beacon of human reasoning peculiarities which structure our thoughts and speech.

The analysis of recent studies and publications. According to Zoltán Kövecses, there is a certain amount of the so-called universal, or at least «near-universal conceptual metaphors» [7, p. 208] which are shared by native speakers of all national languages in the world. Thus, the process of coupling between the metaphorical signifier and signified turns out to be similar across cultures. For instance, the TIME IS SPACE metaphor can actually be found in Mandarin Chinese, English, Hindi and other languages. Such metaphor as AN ANGRY PERSON IS A PRESSURIZED CONTAINER is also used «to various degrees in English, Japanese, Chinese, Hungarian, Wolof, Zulu, Polish, and other languages» [7, p. 208].

Ersu Ding also explores the universal and near-universal metaphors which are formed in the result of cultural overlapping across languages. In fact, such metaphors as HUMAN IS BIRD or HUMAN IS ANIMAL have become meta-metaphorical formulas. As a consequence, such metaphorical expressions as «she is a lark; he is a vulture; Lisa galloped through the book in two days» [4, p. 53] and the like can be found in different languages.

Zoltán Kövecses attempts to find the roots of such an outstanding similarity across cultures. Firstly, the scholar suggests that diverse nations could have possibly developed similar conceptual understanding of such universal abstract notions as «happiness, time, or purpose» [4, p. 207]. Secondly, such conceptual overlapping could take place due to the process of borrowing of certain metaphors. The scholar also suggests that this phenomenon can be attributed to some kind of universal conceptual basis inherent to different cultures and languages. For example, HAPPINESS IS UP metaphor is associated with a certain physical basis: «drooping posture typically goes along with sadness and depression, erect posture with a positive emotional state» [8, p. 16]. As a matter of fact, Zoltán Kövecses argues that «when we are happy, we tend to be physically up, moving around, be active, jump up and down, smile (i.e., turn up the corners of the mouth)» [7, p. 208]. In other words, this natural emotion proves to be universal to humanity. Hence, the condition of happiness constitutes a shared conceptual metaphor.

Thus, a number of metaphors represent the most fundamental values and concepts which can potentially be transferred from one culture to another. In such a way they constitute a basic framework of reasoning. However, most of metaphors are «culturally variable concepts, formed in a cultural-specific environment» [4, p. 11]. As Ersu Ding remarks, «the same life situation» can be «metaphorically semiotized in different ways across languages and cultures» [4, p. 55]. As a matter of fact, the contrastive study of figurative devices in different languages is a productive field of modern research. **The aim of the article** is to investigate the conceptual metaphors and metonymies in terms of their role in the cross-cultural communication.

The main body of the research. According to the recent studies related to metaphors, these linguistic devices mirror the processes of thinking and cognitive system of humans. Moreover, metaphors epitomize the salient features of a culture, and therefore reveal the characteristic aspects of an ethnic group, or of a nation. As a matter of fact, «the way metaphorical concepts are formed varies from culture to culture» [3, p. 9]. In other words, conceptual metaphors highly depend on the cultural background of individuals. Metaphors are culturally-laden expressions, culturally specific scenarios which bear a strong charge of social identity. It is essential that their meanings can be disclosed as soon as one approaches the shared body of cultural knowledge and experience.

For example, the metaphorical concepts TIME IS MONEY, TIME IS A LIMITED RESOURCE and TIME IS A VALUABLE COMMODITY are typical of the modern Western culture. In fact, these concepts are widely represented in contemporary English («you are wasting my time; this gadget will save you hours; I have invested a lot of time in her; you are running out of time» and so on). As Lakoff and Johnson observe, the modern Western culture tends to associate work with the time it usually takes; «it has become customary to pay people by the hour, week, or year» [4, p. 9]. Thus, the conceptual metaphor actually structures the life of the modern Western culture, involving hourly wages, yearly budgets and so on. In fact, the TIME IS MONEY metaphor is relatively new for humanity. An important point is that not all cultures conceptualize time as a limited resource or a valuable commodity. Hence, it is widespread in the industrialized societies, while «many people in cultures around the world simply live their lives without being concerned about whether they are using their time efficiently» [7, p. 253].

As Martin J. Gannon remarks, the cultural metaphor is an effective innovative technique for understanding «the cultural mindset of a nation and comparing it to those of other nations» [6, p. 7]. For example, as the scholar remarks, the key features of the Italian opera (spectacle, pageantry, externalization) are usually attributed to the cultural mindset of Italy. In this context, Martin J. Gannon observes that although metaphors by no means can embrace the entire conceptual pattern of a nation, it certainly can be a reliable guide on the way to understanding a different culture; «a good starting point for interacting effectively with it» [6, p. 10].

In fact, the knowledge of conceptual metaphors can help foreigners to avoid cultural mistakes and feel comfortable in the process of communication. The point is that metaphors which are well-defined in one culture can have absolutely different meanings in other cultures. For instance, in the Western world, dragon is a symbol of evil, while in the Oriental world it is the traditional image of royal power.

As Lily I-wen Su contends, «metaphors reflect different cultural information» [9, p. 589]. In this context, the scholar explores the conceptual metaphor THOUGHT AS FOOD in the Chinese culture. The scientist also investigates «the current Chinese view of marriage» [9, p. 588] which is conceptualized in metaphors MARRIAGE IS AN ONGOING JOURNEY, MARRIAGE IS BUSINESS, MARRIAGE IS GAMBLING, and MARRIAGE IS BONDING. The primary objective of Lily I-wen Su is to distinguish the specific features of the Chinese culture through the analysis of the culturally-loaded ways of conceptualization, i.e., metaphors. For example, the MARRIAGE AS AN ONGOING JOURNEY; MARRIAGE AS GAMBLING; MARRIAGE AS A BONDING and MARRIAGE AS BUSINESS metaphors display that «some features of the source domain (i.e., «gambling», «bonding», and «ongoing journey») are more prominent and more often mapped in Chinese» [9, p. 610].

By means of analysis of conceptual metaphors, particularly, their linguistic realizations in proverbs and sayings, the scholar discloses the cultural view toward the concepts of food and marriage in the Chinese language. For instance, the archaic sayings «Yinyuan tian zhuding» («Marriages are pre-arranged») or «Nan pa xuan cuo hang, nü pa jia cuo lang» («A man's disaster is to choose the wrong career; a woman's misery is to marry the wrong husband») indicate that marriage was essentially predetermined, divorces were forbidden, and Chinese women regarded marriage as the most crucial decision in life.

Moreover, the MARRIAGE AS BUSSINESS metaphor still prevails in the contemporary Chinese society, although its implications have been modified: «Husband and wife are considered partners working for the benefit of their enterprise» [9, p. 598] which is manifested in the expressions «marriage can be managed»; «the quality of marriage» and the like. Thus, the ordinary language contains the explicit representation of the perspectives on marriage in the modern Chinese society.

The scholar also considers the peculiarities of the THOUGHT AS FOOD metaphor (in particular, its variations THE FORMATION OF THOUGHT IS THE PREPARATION OF FOOD; THE COMPREHENSION OF THOUGHT IS THE DIGESTION OF FOOD and the like). As a matter of fact, this metaphor indicates that the culinary art plays a prominent role in the Chinese culture; therefore, food has been chosen as a source domain for expression the abstract notions of thoughts and ideas. In other words, the cultural values of the Chinese society have been vividly reflected linguistically in the conceptual metaphors.

Likewise, Gladys Nyarko Ansah attempts to reveal the differences and similarities in the conceptualization of such emotions as love and anger across languages and cultures. More specifically, the scholar considers two conceptual metaphors (LOVE IS A JOURNEY and ANGER IS A HOT

FLUID IN A CONTAINER) and their implementation in Akan and English. The scholar detects the metonymic and metaphoric conceptualization principles in the anger metaphors of both English and Akan: «the human body is a key source domain in how anger is metaphorically understood in both languages. The physiological effects of anger on the body are used metonymically to stand for the emotion of anger» [1, p. 16]. The LOVE IS A JOURNEY metaphor also involves the conceptualization of love in terms of travelling in both cultures.

Zoltán Kövecses, as an adherent of «cultural embodied prototype view» [1, p. 22] distinguishes between the physiological embodiment and non-physiological embodiment (also known as culturally specific embodiment) of metaphors. In this context, the similarities between metaphors in Akan and English are the instances of physiological embodiment (the body is conceptualized as a container in both cultures). By contrast, the differences in Akan and English can be explained by means of culturally specific embodiment: «while the skin colour (redness around the face and neck area) is used metonymically to conceptualize anger in English, Hungarian and Chinese – all languages of light-skinned cultures» [1, p. 22], this principle does not operate for dark-skinned cultures (for instance, Akan or Wolof). Thus, the cultural influence on the two metaphors in question is significant indeed.

As to the metaphor LOVE IS A JOURNEY, it also reveals a number of differences which are determined by «specific cultural knowledge» [1, p. 23]. For example, land journeys, as well as overwater travelling are culturally appropriate for the English (since England is an island), whereas land journeys prevail in Akan, since the home of the Akans is the rainforest, for the most part riverless. Hence, the culturally-specific experience determines the peculiarities of metaphorical reasoning to a great extent. The analysis of conceptual metaphors provides the scholars with the possibility to gain understanding of different cultures.

Conclusions and prospects for further research. Thus, metaphor is not merely an ornamental phenomenon and a linguistic device as the ancient rhetoricians thought, but «more fundamentally, a conceptual and experiential process that structures our world» [9, p. 591-610], an integral component which reflects the peculiarities of a certain cultural thinking model. Basically, metaphors are the unconscious mechanisms of our interaction with the environment. Therefore, metaphors explicitly demonstrate the ways people of different nations tend to explain certain concepts, structure knowledge and experience, finally, the ways they develop their understanding of life. Metaphors are essentially the coagulates of cultural experience which express the stereotyped historical knowledge, the collective experience of the world, as well as the wide semantic content of different cultural codes. In fact, metaphors represent the way of reality dissection, the system of values, adopted in the ethnocultural community. Further, metaphors serve as a unified system of recording and transmitting the most significant cultural information. The studies on conceptual metaphors can potentially disclose the salient features of different cultures; reveal the peculiarities of mentality and world perception, as well as the unique attributes of communication in national languages.

REFERENCES

1. Ansah G.N. The Cultural Basis of Conceptual Metaphors / Gladys Nyarko Ansah // Papers from the Lancaster University Postgraduate Conference. – 2010. – 5. – P. 2–25.
2. Blake J.B. All About Language : A Guide / Barry J. Blake. – Oxford : Oxford University Press, 2008. – 352 p.
3. Callies M. Cross-Cultural Metaphors : Investing Domain Mapping across Cultures / Marcus Callies, Rüdiger Zimmerman. – Marburg : Philipps-Universität Marburg Press, 2002. – 252 p.
4. Ding E. Metaphor and Culture / Ersu Ding // Asian Social Science. – 2009. – 5 (1). – P. 47–69.
5. Evans V. Cognitive Linguistics : An Introduction / Vyvyan Evans, Melanie Green. – London : Routledge, 2006. – 169 p.
6. Gannon J.M. Understanding Global Cultures : Metaphorical Journeys Through 28 Nations, Clusters of Nations, and Continents / Martin J. Gannon. – Thousand Oaks : SAGE, 2004. – 634 p.
7. Kövecses Z. Metaphor and Culture / Zoltán Kövecses // Acta Universitatis Sapientiae, Philologica. – 2010. – 2 (2). – P. 197–220.
8. Lakoff G. Metaphors We Live By / George Lakoff, Mark Johnson. – Chicago : The University of Chicago Press, 2003. – 242 p.
9. Su L.I. What Can Metaphor Tell Us About Culture? / Lily I-wen Su // Language and Linguistics. – 2002. – 3 (3). – P. 589–614.

У статті розглядається роль концептуальних метафор і метонімії у системі когнітивної лінгвістики та міжкультурної комунікації. Універсальні метафори та метонімії є основою людського мислення. Крім того, метафори і метонімії є ефективними інструментами для

дослідження концептуальної системи мислення в різних культурах. Концептуальні метафори та метонімії концентрують культурний досвід, репрезентують стереотипні історичні знання, колективний досвід, а також широкий спектр різних культурних кодів. Метафори та метонімії вказують на шляхи концептуального «розтину» навколишньої дійсності, системи цінностей, прийняті у межах певної етнокультурної спільноти. Таким чином, метафори та метонімії утворюють уніфіковану систему запису і передачі найважливішої культурної інформації. Дослідження концептуальних метафор та метонімії уможливує розкриття характерних рис мислення у різних культурах, виявляє специфіку менталітету та особливості сприйняття світу, а також унікальні формули комунікації в національних мовах.

Ключові слова: метафора, метонімія, когнітивна лінгвістика, міжкультурна комунікація.

Бережанская Ю. Концептуальные метафоры и метонимии как объект межкультурной коммуникации.

В статье рассматривается роль концептуальных метафор и метонимий в системе когнитивной лингвистики и межкультурной коммуникации. Универсальные метафоры и метонимии формируют основу человеческого мышления. Кроме того, метафоры и метонимии являются эффективными инструментами для исследования концептуальной системы мышления в разных культурах. Концептуальные метафоры и метонимии концентрируют культурный опыт, олицетворяют стереотипные исторические знания, коллективный опыт, а также широкий спектр различных культурных кодов. Метафоры и метонимии указывают на пути концептуального «рассечения» окружающей действительности, системы ценностей, принятые в пределах определенной этнокультурной общности. Таким образом, метафоры и метонимии образуют унифицированную систему записи и передачи важнейшей культурной информации. Исследование концептуальных метафор и метонимий обеспечивает раскрытие характерных черт мышления в разных культурах, выявляет специфику менталитета и особенности восприятия мира, а также уникальные формулы коммуникации в национальных языках.

Ключевые слова: метафора, метонимия, когнитивная лингвистика, межкультурная коммуникация.

Berezhanska Yu. Conceptual Metaphors and Metonymies as a Challenge for Cross-Cultural Communication.

The article discusses the role of conceptual metaphors and metonymies within the framework of cognitive linguistics and cross-cultural communication. Universal metaphors and metonymies are the basis of human reasoning. Furthermore, metaphors and metonymies are the effective tools for the investigation of the conceptual system of thinking in different cultures. The article suggests that these conceptual devices are essentially the coagulates of cultural experience which express the stereotyped historical knowledge, the collective wisdom of the world, as well as the wide semantic range of different cultural codes. Metaphors and metonymies represent the way of reality decomposition, the system of values, adopted in the ethnocultural community. Thus, metaphors and metonymies serve as a unified system of registering and transmitting the most significant cultural information. The studies on conceptual metaphors and metonymies can potentially reveal the representative features of different cultures; disclose the peculiarities of mentality and world-view, as well as the unique attributes of communication in national languages.

Keywords: metaphor, metonymy, cognitive linguistics, cross-cultural communication.

Наталія Берестецька
(Хмельницький)

811.111-26

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРИКОРДОННОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

З'ясовано особливості дискурсу службової діяльності офіцера-прикордонника з урахуванням варіативності службових завдань. Автор аналізує поняття «дискурсу» та акцентує увагу на множинності значень цього поняття. Особлива увага звертається на явище прикордонного дискурсу як комунікативної стратегії та комунікативної ситуації офіцера-прикордонника під час виконання

ним службових завдань засобами мови. Детально пояснено особливості прикордонного дискурсу в залежності від професійних завдань офіцера-прикордонника. Вивчено лексичні та граматичні особливості прикордонного дискурсу, а також труднощі його передачі з мови оригіналу на мову перекладу. З'ясовано, що для прикордонного дискурсу характерним є використання професійних термінів, типових мовних кліше, аббревіатур та скорочень. Серед граматичних особливостей можна назвати вживання інфінітива, герундія, дієприкметника та похідних конструкцій, а також умовного способу, пасивного стану та модальних дієслів. Усі особливості пояснено з використанням прикладів з англійських текстів прикордонної тематики.

Ключові слова: прикордонний дискурс, офіцер-прикордонник, лексико-граматичні особливості, передача, комунікативна ситуація.

Постановка наукової проблеми. Поняття дискурсу є одним із основних проблем сучасної лінгвістики. Незважаючи на велику кількість філологічних досліджень, здійснених у напрямку розкриття цієї проблеми, на сьогодні не існує чіткого та загальноприйнятого визначення поняття дискурсу, який би задовольняв усі випадки його вживання. Крім того, виникає проблема дослідження галузевого дискурсу, а результати філологічних розвідок при реалізації фахівцями в галузі забезпечать підвищення ефективності виконання службових завдань засобами мови. В цьому і полягає **актуальність** дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що значна увага присвячена дослідженню поняття та структури дискурсу як лінгвістичного явища [6, 8, 9]. Крім того, окремі праці присвячені аналізу галузевих дискурсів, зокрема тих, що стосуються комунікації представників правоохоронних органів та військових формувань [3, 5, 14]. Проте існує потреба описати явище прикордонного дискурсу та пояснити його лексичні та граматичні особливості.

Мета статті – пояснити особливості прикордонного дискурсу в залежності від професійних завдань офіцера-прикордонника, з'ясувати лексичні та граматичні визначити особливості його передачі з мови оригіналу на мову перекладу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Філологія як наука гуманітарна, на відміну від точних наук, допускає множинність визначень того самого поняття. Це, зокрема, стосується терміну *дискурс*, для якого дослідники пропонують усе нові й нові визначення. Аналіз наукових праць дає нам можливість узагальнити існуючі визначення дискурсу. По-перше, дискурс – це текст [8]. По-друге, дискурс розуміють як когнітивний процес, пов'язаний із творенням мовленнєвої поведінки [9]. По-третє, дискурс розглядається як послідовність взаємозв'язаних висловлювань, об'єднаних спільністю цільового завдання [6]. Крім того, дискурс визначається як засіб бесіди та мислення, які, як і жанри можуть ставати ритуалізованими, а також тлумачиться як мовленнєве утворення, одиниця вищого, ніж речення, рівня [10]; С. Канцельсон розглядає дискурс розглядається як форма мовленнєвого спілкування, яка передбачає взаємозв'язок між мовцем та слухачем, як міжособистісна діяльність [7]. Т. Ушакова та Н. Павлова розуміють дискурс як складна комунікативна подія чи соціолінгвістична структура, яка твориться адресатом у конкретних комунікативних, соціальних та прагматичних ситуаціях [12].

Зважаючи на посилену увагу до проблеми вивчення дискурсу різних галузей та видів діяльності варто говорити про існування прикордонного дискурсу, який обумовлюється особливостями професійної діяльності його суб'єктів.

Професійна діяльність офіцера Державної прикордонної служби України відбувається в тісних суспільних контактах та має свої особливості. Це означає, що професійна діяльність офіцера-прикордонника забезпечує реалізацію рольової структури діяльності правоохоронця та орієнтована на використання всіх резервів в організації цілеспрямованої взаємодії учасників правоохоронної діяльності (суб'єктів, що є прикордонниками та об'єктів – осіб, що перетинають кордон) для позитивного вирішення професійних завдань.

Ці особливості визначають виконання певних ролей офіцером-прикордонником з метою правильного використання прикордонного дискурсу. Так, офіцер ДПСУ може виконувати наступні ролі. Перш за все, офіцер ДПСУ – це керівник прикордонного підрозділу, який виконує керівні функції щодо управління персоналом здійсненням правоохоронної діяльності щодо охорони державного кордону України.

Водночас офіцер-прикордонник – підлеглий, який має виконувати накази командира, прослуховувати інструктаж, оперувати із документацією. Особливі вимоги в умовах виконання службових обов'язків висувуються не лише до керівника, а й до підлеглого, а саме: суворота підпорядкованість та дисципліна [4].

Також прикордонник постійно вступає в рівноправні комунікативні контакти у своїй професійній групі з колегами. Така взаємодія відбувається горизонтально і спрямована на створення позитивного клімату в колективі задля виконання службових завдань.

Крім того, офіцер-прикордонник спілкується з особами, що перетинають державний кордон України з метою перевірки їх документів, багажу та транспортних засобів. Також прикордонники повинні мати навички ефективного спілкування із місцевим населенням для налагодження позитивних стосунків та для інтенсифікації виконання службових завдань. Окреме місце займає виконання ролі оратора у якості учасника науково-методичних конференцій, прикордонно-представницьких зустрічей тощо.

У сучасних умовах розвитку ДПСУ професійна діяльність офіцерів-прикордонників відбувається в тісних міжмовних контактах. Так, офіцер-прикордонник бере участь у переговорах та нарадах за участю представників закордонних правоохоронних органів з метою вирішення проблем щодо охорони державного кордону. Він оформлює документацію, виконує письмовий переклад та реферування професійних текстів, перекладає матеріали радіопереговорів та здійснює синхронний переклад.

Отже, діяльність офіцера-прикордонника охоплює всі види та способи комунікації: письмові форми (письмове оформлення інформації, письмовий переклад уставів та документів, робота зі службовою кореспонденцією, реферування прикордонних, суспільно-політичних, юридичних та технічних текстів та ін.); усні форми (усні виступи, усний переклад під час радіообміну, двосторонній переклад під час бесіди на професійні теми тощо [2, 13].

Прикордонний дискурс має свої специфічні особливості. Основне його завдання – повідомлення службової інформації з певних позицій, тим самим у вирішення службових завдань засобами мови. Звідси важлива роль термінів, імен і назв, які однозначно вказують на предмет дискурсу. Правильна передача лексичних одиниць створює еквівалентний текст на мові перекладу або, іншими словами, текст, максимально орієнтований на оригінал. Це означає, що потрібно звертати увагу на лексичні особливості перекладу матеріалів прикордонної тематики, а саме: переклад власних назв, реалій, термінів, суспільно-політичних одиниць та ін., що тяжіють до сфери охорони кордону.

У матеріалах **прикордонної тематики** часто зустрічаються багатозначні терміни, терміни-синоніми, скорочені терміни та назви. Так, термін *state* в політичній термінології США може означати як держава, так і штат: *Both the state and Federal authority are Benton establishing a police state. The Law regulates state border protection, organization and method of protection.* У першому випадку термін *state* стоїть в одному ряду з визначенням «федеральний» і безсумнівно позначає уряд штатів на відміну від уряду всієї країни. У другому випадку *state* вжито в значенні держава.

Ще однією проблемою при передачі матеріалів **прикордонної тематики** є різні скорочення. Скорочення, що їх можна зустріти в пресі, можна розділити на кілька груп [15]. Перша і найбільш чисельна група включає в собі скорочення назв партій, організацій, різних посад: *FBI – Federal Bureau of Investigation, CBP – Custom and Border Protection.* Також дуже часто зустрічаються скорочення назв міжнародних організацій: *U.N. – United Nations; NATO – North Atlantic Treaty Organization* та багато інших.

При перекладі таких скорочень перекладач має дотримуватись таких правил, по-перше, багато скорочень назв міжнародних організацій мають свій еквівалент в українській мові, а якщо назва організації не відома реципієнту, то перекладач може подати скорочення перекладу назви, але в дужках подати повний варіант. Також перекладач має враховувати і те, що деякі скорочення можуть писатись однаково, але в повному варіанті будуть стосуватись різних організацій.

У сфері фразеології прикордонний дискурс послуговується «готовими формулами» та кліше: *It is reported..., It is claimed...mi in.*; стійкими поєднаннями з стертою образністю: *to set the tone; to throw light;* політичними штампами типу: *government reshuffle, vested interests, brain drain.*

Важливим аспектом є використання реалій. Так, реалії – це специфічні слова або назви предметів в духовній та матеріальній культурі, що притаманні тільки певному народу. Реалії

виступають означеннями предметів, понять, типових особливостей певного географічного місця, матеріального життя, соціально – історичних особливостей деяких людей, нації, країни, що являють собою національний, місцевий та історичний колорит. Такі слова не мають точних відповідників в інших мовах [15].

Існує чотири способи перекладу реалій: 1) транслітерація або транскрипція - безпосереднє використання даного слова, що означає реалію, або його кореня в написанні літерами мови перекладу або в поєднанні з суфіксами мови перекладу: *Michael C. Kostelnik, Major General*; 2) утворення нового слова або словосполучення для позначення відповідного предмету на основі елементів та морфологічних відносин, що вже існують в мові. У своїй основі цей переклад описовий: *International Relations Committee – Комітет із питань міжнародних відносин*; 3) використання слова, що має близьке значення, хоча і не тотожне, до значення реалії, яка перекладається: *Second lieutenant – лейтенант*; 4) гіпонімічний, або узагальнено-приблизний переклад, при якому слова мови перекладу, що називають поняття виду, передаються словом мови перекладу, що називає поняття роду.

Проте слід зауважити, що всі чотири типи перекладу не можуть використовуватися окремо один від одного, вони переплітаються. Адже при використанні лише одного способу перекладу текст може або втратити національну специфічність, або, навпаки, бути «перенасиченим» іншомовним розмовним матеріалом (наприклад, при застосуванні лише способу транслітерації).

Під час аналізу прикордонного дискурсу слід звернути особливу увагу на граматичні особливості. Так, граматики виявляє більш глибокі зв'язки, ніж елементи інших рівнів мовної структури, і найповніше відображає специфіку мови. Тому втрата граматичних особливостей відтвореного тексту внаслідок перекладу в багатьох випадках призводить до зміни характеру оригіналу та нівелювання змісту та мети повідомлення. Особливо це важливо при передачі службової інформації.

Розглянемо типові граматичні особливості, які найчастіше зустрічаються в прикордонному дискурсі.

Інфінітив — форма дієслова, яка висловлює присудок а також слова з присудковим значенням у позиції іменних членів речення. На відміну від особових форм дієслова, інфінітив не має абсолютного часу, способу, особи та числа. Завдяки цій «нейтральності», широко використовується в прикордонних матеріалах. Інфінітив здебільшого відіграє роль предиката: *the border to protect - кордон буде охоронятися*. Іноді він використовується: на позначення підмета та присудка: *to violate the border - порушувати кордон*; частини присудка: *Objective and mission of the project are to present external borders. – Завдання та мета цього проекту – презентувати внутрішні кордони*. Інфінітив широко використовується в заголовках для позначення майбутнього часу: *America To Resume Border Operations*.

Також не менш вживаним у прикордонному дискурсі є герундій. Герундій — одна з наявних у деяких мовах безособових форм дієслова. В українській мові герундій відсутній, тому це необхідно обов'язково врахувати під час перекладу газетно-інформаційних матеріалів. Герундій в англійській мові поєднує властивості дієслова та іменника.

Найбільш характерною позицією в реченнях прикордонного дискурсу для герундія є позиція прийменникового доповнення після присудка: *When the leaders brought it to light, they accused him of breaking the law. - Коли керівництво це виявило, вони звинуватили його в порушенні закону*. У цьому випадку герундій підставляється замість іменника, який міг би бути вжитий у цій позиції: *They accused him of state border violation. - Вони звинуватили його в порушенні державного кордону*.

Після деяких дієслів (англ. *like, dislike, loathe, start* тощо) герундій є найбільш складним для вивчення англійської, оскільки таке дієслівне управління має непередбачений характер і вимагає запам'ятовування.

Особливу групу дієслів, що вимагають після себе герундій, утворюють дієслова сприйняття (англ. *see, hear, feel* тощо). Після них герундій також уживається в позиції другого безприйменникового доповнення, а позицію першого безприйменникового доповнення займає іменник або займенник, що називає особу, що робить дію, названу герундієм: *The border guard*

noticed two illegal migrants violating the state border. - Прикордонник помітив двох нелегальних мігрантів які намагалися порушити державний кордон.

Можливою позицією для герундія є позиція підмету, а також позиція іменної частини складеного присудка: *New system of document checking may help us to faster the border control process. - Нова система перевірки документів може допомогти нам прискорити процес прикордонного контролю.*

В повідомленнях, що стосуються прикордонної діяльності, також нерідко зустрічається дієприкметник. Дієприкметник — особлива форма дієслова, що виражає ознаку за дією або станом і поєднує в собі граматичні особливості дієслова і прикметника. Із дієслівних граматичних ознак дієприкметник має вид — доконаний або недоконаний та час — теперішній або минулий. На відміну від прикметників, дієприкметники називають не постійну ознаку, а тимчасову, пов'язану з дією: *U.S. residents or citizens moving or transporting person albe longings through Canada to another state in the U.S.*

Речення з дієсловом-присудком у формі пасивного стану вживаються в прикордонному дискурсі тоді, коли головний інтерес для читача становить особа або предмет, на які спрямована дія (об'єкт дії), а не той, хто виконує дію (суб'єкт дії), як у реченнях із дієсловом у формі активного стану.

У реченнях з пасивним станом об'єкт дії виражається підметом, а суб'єкт дії або зовсім не згадується, або виражається прийменниковим додатком з прийменниками *by* або *with*.

Реченням такого типу в українській мові звичайно відповідають неозначено-особові речення, або, рідше, речення з дієсловом у формі пасивного стану. Часи пасивного стану мають в основному ті самі значення, що й відповідні часи активного стану. У сучасній мові матеріалів прикордонної тематики пасивний стан вживається порівняно рідко.

Умовний спосіб - складна форма, яка утворюється з допоміжних дієслів *should* і *would* і основи інфінітива відмінюваного дієслова: *If the flood of new immigrants can beslowed considerably, Obama certainly does a better job patrolling the borders in Canada.*

Також слід звернути увагу на передачу модальних та допоміжних дієслів, які вживаються в прикордонному дискурсі. На відміну від інших дієслів, модальні дієслова не позначають дію або стани, вони позначають відношення мовця до дії, яка виражається інфінітивом у сполученні з модальним складеним присудком.

Модальні дієслова в англійській мові по своїй суті виражають можливість, не можливість якоїсь дії, ймовірність або неймовірність, обов'язковість (*obligatory*), необхідність, бажаність, сумнів тощо: *The representatives of the EUBAM have to help Ukraine to develop the infrastructure of the state border.*

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, прикордонний дискурс розглядаємо як комунікативну стратегію чи комунікативну подію, що здійснюється офіцером-прикордонником під час виконання службових завдань. Ураховуючи інтенсивність міжнародного співробітництва та інтегрований підхід до охорони державного кордону, прикордонний дискурс рівноправно існує як в українській, так і в англійській мові та має певні особливості щодо використання термінів та професійних скорочень, специфічних граматичних конструкцій, мовних кліше тощо. У подальшому планується здійснити аналіз англомовного прикордонного дискурсу, використовуючи статистичні методи лінгвістики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабін В.В. Сучасний американський військовий сленг як проблема військового перекладу / В.В. Балабін. – К. : Логос, 2002. – 314 с.
2. Берестецька Н. В. Формування перекладацької компетентності майбутніх офіцерів-прикордонників / Н.В. Берестецька // Збірник наукових праць «Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності». - № 5. - 2011. - Ч. 2. – Львів : ЛДУ БЖД, 2012. – 268 с. – С. 37 – 41.
3. Бурячок А. Російсько-український словник для військовиків / А. Бурячок, М. Демський, А. Якимович. – К. : «Варта», 1995. – 384 с.
4. Военная психология и педагогика / под ред. И. М. Дьяченко. – Минск : Военная академия, 1999. – 155 с.
5. Гапонова В.М. Військовий переклад : навчальний посібник. / Гапонова В.М., Яремчук І.А., Блощинський І.Г. – Х : Вид-во НАДПСУ, 2006. – 440 с.
6. Ишмуратов А.Т. Логико-когнитивный анализ онтологии дискурса / А.Т. Ишмуратов // Рациональность и семиотика дискурса : сб. трудов // АНУ Институт Ф-и. - К. : Наук. думка, 1994. – 252 с.

7. Канцельсон С.Д. Речемыслительные процессы / С.Д. Канцельсон // ВЯ. - 1984. - № 4. – С. 50 – 54.
8. Колісник Ю. Текст і дискурс: проблеми дефініцій / Ю. Колісник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми української термінології. - № 65. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ukr_term/2010_675/25.pdf
9. Лех О. С. Поняття дискурсу в сучасній лінгвістиці та лінгвістиці тексту / О. С. Лех, Г. Кислиця. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Philologia/44919.doc.htm
10. Мороховский А.И. К проблеме текста и его категорий / А.И. Мороховский // Текст и его категориальные признаки : сб. науч. тр. – К. :КПІІІЯ, 1989. – С. 3-8.
11. Російсько-українсько-англійський військовий словник / уклад.: В. Я. Карачун, І.А. Черненко, С. М. Чиж, О.О. Карачун.– К. :Техніка, 2001. – 750 с.
12. Ушакова Т. А. Роль человека в общении / Ушакова Т. А., Павлова Н. Д., Заясова И. А. - М. : Наука, 1989. - 192 с.
13. Цвяк Л. В. Проблеми підготовки військових фахівців-прикордонників зі спеціальності «переклад» / Л.В.Цвяк // Електронний архів Сумського державного університету. Режим доступу: www.essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/10492/1/Tsviak.pdf
14. Янчук С. Особливості відтворення комунікативно-прагматичних характеристик англомовного миротворчого дискурсу в українському перекладі / С. Янчук // Наукові записки. Серія: Філологічні науки : зб. наук. праць Кіровоградського державного педагогічного університету. - № 89 (1). - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/89_1/statti/53.pdf
15. Harvey M. A beginner's course in legal translation: the case of culture-bound terms. Retrieved April 3, 2007 - <http://www.tradulex.org/Actes2000/harvey.pdf>

Берестецкая Н. В. Компаративный анализ лексико-грамматических характеристик пограничного дискурса в украинском и английском языках

В статье объяснены особенности служебной деятельности офицера-пограничника с учетом вариативности служебных заданий. Автор анализирует понятие «дискурса» и акцентирует внимание на множественности значений этого понятия. Особенное внимание обращается на явление пограничного дискурса как коммуникативной стратегии и коммуникативной ситуации офицера-пограничника во время исполнения служебных заданий средствами языка. Детально объяснены особенности пограничного дискурса в зависимости от профессиональных заданий офицера-пограничника. Изучены лексические и грамматические особенности пограничного дискурса, а также трудности его передачи с языка оригинала на язык перевода. Определено, что для пограничного дискурса характерным есть использование профессиональных терминов, типичных языковых клише, аббревиатур и сокращений. Среди грамматических особенностей можно назвать употребление инфинитива, герундия, деепричастия и их конструкций, а также условного наклонения, страдательного залога и модальных глаголов. Все особенности объяснены с использованием примеров из англоязычных текстов пограничной тематики.

Ключевые слова: пограничный дискурс, офицер-пограничник, лексико-грамматические особенности, передача, коммуникативная ситуация.

Berestetska N. Comparative Analysis of Lexical and Grammatical Peculiarities of Border Discourse in the Ukrainian and English Languages.

The article concerns the explanation of peculiarities of service activity of officer-border guard taking into consideration variability of service tasks. The author analyses the notion of discourse and draws attention towards plurality of meanings of the notion. Special attention is drawn to the phenomenon of border discourse as communicative strategy and communicative situation of officer-border guard while carrying out service tasks using language instruments. The peculiarities of border discourse are explained in details depending on professional tasks. Lexical and grammatical peculiarities of border discourse, and difficulties of its rendering from the source language into target language are examined. It is established that professional terms, speech patterns, abbreviations and contractions are typical for border discourse. Among grammatical peculiarities there are the following ones: infinitive, gerund, participle, their constructions, conditional mood, passive voice and modal verbs. All peculiarities are explained by means of examples from English texts about border security.

Key words: border discourse, officer-border guard, lexical and grammatical peculiarities, rendering, communicative situation.

Наталія Іваницька
(Вінниця)

УДК 81'44:81'367:81'371

СИНТАГМАТИЧНА КОРЕЛЯТИВНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ ДІЄСЛІВНИХ СИСТЕМ У ПРЕДИКАТИВНО-ОДНООБ'ЄКТНІЙ МОДЕЛІ КАУЗОВАНОГО ВПЛИВУ НА ПРЕДМЕТНУ СУБСТАНЦІЮ

Установлено синтагматичні параметри української та англійської дієслівних систем крізь призму утворення ними предикативно-однооб'єктної моделі каузованого впливу на предметну субстанцію. Обрана модель речення виступає основою зіставлення, оскільки є сформованою на основі диференційних ознак моделей такого типу в обох мовах. У роботі використане положення розробленої в лінгвославістиці теорії номінативного мінімуму речення, який утрадиційнено розглядають як розширену схему, що включає мінімальну структурну схему речення (головні компоненти) та обов'язкові прислівні поширювачі, необхідні для реалізації реченням номінативної функції. Корелятивні ознаки реченнєвих структур обох мов, об'єднаних предикативно-однооб'єктною моделлю каузованого впливу на предметну субстанцію, відбито в тому, що структуру речень формують синсемантичні дієслова, які на рівні семантичних єдностей прогнозують одну сильну позицію для заповнення її відповідними (найчастіше іменниковими / займенниковими) структурами, що в реченні кваліфіковано обов'язковим придієслівним компонентом. Виявлені випадки часткової чи повної некорельованості мають переважно формальні показники в межах обов'язкових придієслівних компонентів об'єктної синтаксичної семантики і можуть бути пояснені особливостями граматичного ладу кожної із зіставляваних мов.

Ключові слова: українська та англійська дієслівні системи, предикативно-однооб'єктна модель каузованого впливу на предметну субстанцію, основа зіставлення (*tertium comparationis*), корелятивність.

Постановка проблеми, її актуальність та зв'язок із науковими завданнями.

Контрастивні дослідження в сьогodenному мовознавстві набувають значного поширення. Ставлячи за мету встановлення спільних та відмінних рис у будові та функціонуванні мовних одиниць, дослідники не лише констатують виявлені розбіжності між різномовними системами, але й намагаються віднайти чинники (мовні та позалінгвальні) ізоморфізму та аломорфізму мовних зв'язків та відношень (В. Г. Гак, С. П. Денисова, Ю. О. Жлуктенко, М. П. Кочерган, А. В. Корольова, В. І. Кушнерик, В. М. Манакін, А. Е. Левицький, Б. О. Серебренников, О. В. Тищенко, С. О. Швачко, І. К. Юсупов, В. М. Ярцева, W. Croft, C. Lehmann, W. Nemser, J. Newman, G. Nickel, A. Wierzbicka). Зіставні праці є актуальними не лише з огляду на пізнання універсальності та ідіотетичності досліджуваних мов, що, безперечно, уточнює раніше виявлені особливості тієї чи іншої мовної системи. Результати міжмовного аналізу можуть бути успішно спроектовані на загальні процеси концептуалізації і категоризації позамовного світу, що, безсумнівно, поглиблює теорії типології та універсології, особливо коли в поле зору науковців потрапляють різноструктурні мови,

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Об'єктом міжмовного зіставлення неодноразово виступало дієслово, яке визнане однією з центральних частин мови з огляду на його «семантичні функції, морфологічні категорії та синтаксичне вживання» [2, с. 217; 3]. Однак, незважаючи на значні здобутки внутрішньомовної та міжмовної теоретичної інтерпретації дієслова (Ю. Д. Апресян, Ш. Р. Басиров, К. Г. Городенська, А. П. Загнітко, О. І. Леута, А. П. Муховецький, В. С. Огоновська, В. М. Русанівський, Г. Г. Сильницький, С. О. Соколова, С. М. Сухорольська, Є. М. Уздинська, Н. Ю. Шведова, M. Bierwisch, D. Crystal, R. Jackendoff, R. Jandor, H. Hiddowson, Ch. Hockett, E. Lehrer, B. Levin, E. Nida, S. Soames, R. Stockwell, St. Ullman та ін.), проблемні питання у сфері контрастивного дослідження дієслівних систем залишаються остаточно не розв'язаними. Більше того, контрастивістика і типологія граматичних систем української та англійської мов, здійснені переважно на основі одностороннього зіставного аналізу, отримавши наукове висвітлення в підручниках із порівняльної типології (граматики), останнім часом залишаються дещо на периферії. З огляду на зазначене, звернення до міжмовного опису дієслівної ланки української та англійської мов, пов'язане із системною

репрезентацією однакових і відмінних рис їхньої синтагматичної організації у формально-синтаксичному аспекті, видається своєчасним і **актуальним**.

У наших попередніх працях була обґрунтована можливість використання моделі простого речення дієслівної будови як надійного *tertium comparationis* (t.c.) у процесі двобічного зіставлення синтагматичних вимірів дієслівних систем української та англійської мов [5; 6]. Нами було з'ясовано металінгвістичне наповнення поняття "модель речення" та встановлено основні моделі простих речень дієслівної будови, утворених на основі синтагматичних властивостей дієслів [7].

Мета пропонованої статті – установити корелятивні та лакунарні відношення української та англійської дієслівних систем, формалізовані предикативно-однооб'єктною моделлю каузованого (розумового та психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію. **Об'єкт** дослідження – дієслівні системи української та англійської мов. **Предмет** дослідження – корелятивні особливості зіставлених систем крізь призму предикативно-однооб'єктної моделі каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію як *tertium comparationis*.

Зіставний аналіз українських та англійських дієслів у проекції на предикативно-однооб'єктну модель каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію було проведено на матеріалі синсемантичних дієслів української та англійської мов [4, с. 16-22; 8, с. 45-59]. Для зіставлення було відібрано переважно дієслова в їхніх первинних значеннях із вербалізованими експлікаторами синсемантизму. Джерельною базою дослідження стали словникові джерела, а також авторська картотека реченневих конструкцій, дібраних із творів класиків художньої літератури та сучасних письменників, із публіцистичних Інтернет-джерел та з банку даних «Британський національний корпус».

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Інтегровальними параметрами виділення й об'єднання синсемантичних дієслів у реченнях предикативно-однооб'єктної моделі каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію послужили дві ознаки, властиві таким дієсловам: а) синсемантизм, експлікацію якого забезпечують як непередикативні форми, так і досить часто (приблизно в половині аналізованих речень) предикативні експлікатори; б) властивість дієслів, охоплених такими мікрокатегоріями, як «дія – розумова діяльність», «дія – мовлення», «відношення – ставлення», виражати спрямовану на предметну субстанцію дію, супроводжувану різного роду фізіологічними процесами у світі живого (людей, тварин), розумовою діяльністю людини і психо-емоційними процесами, пов'язаними з людською психікою. У дієсловах цієї групи загалом виражені властиві людині вроджені здатності до відчуття, сприймання, мислення чи ставлення до предметного світу речей, що її оточують.

Назви мікрокатегорій, на вираженні яких спеціалізуються досліджувані дієслова, відбивають ознаку інтелектуального стосунку особи до процесуального впливу на предметну субстанцію. Лексико-семантичні особливості таких дієслів було виявлено в межах різних лексико-семантичних полів (ЛСП). Найвиразніше семантика зазначених дієслів простежується в ЛСП, сформованому мікрокатегорією «відношення – ставлення» (напр., укр. *бентежити, бісити, веселити, ганьбити, дивувати, дурити, жалити, зневажати, кохати, критикувати, любити, мучити, ненавидіти, ніжити, ображати, нестити, поважати, радувати, сердити, соромити, тривожити, турбувати, хвалити, цінувати, шанувати* тощо; англ. *to affront, to hate, to humiliate, to insult, to love, to offend, to outrage, to slight* etc.). Інші дієслівні ЛСВ формують ЛСП мікрокатегорій «дія – розумова діяльність» та «дія – мовлення» (напр., укр. *аналізувати, думати, забувати, запам'ятовувати, пам'ятати, повторювати, пізнавати, придумувати, розуміти* та под.; англ. *to analyze, to deceive, to decide, to compare, to create, to forget, to see, to think, to remember, to understand* etc.).

Слід вказати на розмитість меж між цими полями, існування крайньопериферійних зон, вибудованих одиницями із синкретичною семантикою, що цілком логічно впливає зі складності, багатоаспектності та комплікативності когнітивної діяльності людини та її здатності до взаємодії з іншими індивідами як через вербальні, так і невербальні засоби. Усі вони номінують розчленовані процесуальні денотати й утворюють двохелементні семантичні єдності, на базі яких формуються речення, обов'язкові придієслівні компоненти яких вступають у предикативно-об'єктні відношення: укр. *Я забуваю сумніви і сум* (Л. Костенко); *Хто розуміє*

живопис, той належно оцінить і оце освітлення, і оцю соковитість барв (О. Гончар); *Семен забув за свої колишні турботи* (М. Коцюбинський); *Хтось тоді згадав, що в природі існує навіть пам'ятник гусені* (В. Скуратівський); *Ти рух вперед безумно любиш, ти любиш до кінця іти* (П. Тичина); англ. *George never forgave me* (S. Maugham); *Laurie bent, and whispered three words in Jo's ear which produced a comical change* (L. Alcott); *He saw a window that looked out on a river* (Т. Мо); *Teachers need not worry about becoming perfunctory readers* (R. Kee); *Knowlegable readers will recognize that I have also relied on philosophical premises derived from Aristotle's Rhetoric* (A. Grey).

Дієслова, що формують предикативно-однооб'єктну модель каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію нерідко виявляють ознаки некорельованості, підтверджені порівнянням регулярних реалізацій українських складнопідрядних речень із підрядними частинами, поєднаними з головними сполучниками *що, щоб, з тим, що, щоб, як та ін.*, які виконують роль предикативних експлікаторів дієслівного синсемантизму, із англійськими складнопідрядними реченнями безсполучникового типу: пор.: англ. *All that time I thought I was missing Jude* (Т. Morrison) – укр. *думав (що?)*; англ. *thought (what?) I was missing Jude*; англ. *I heard you was sick* (Т. Morrison) – укр. *чув (що?)*; англ. *heard (what?) you was sick*; англ. *I remember going into the pack every morning to drink the strange-tasting water, that they said was good for me* (R. Kent) – укр. *пам'ятаю (про що?)*; англ. *remember (about what?) going into the pack...*

Некорельованими виступають і подібні українські речення із синсемантичними дієсловами, яким відповідають англійські структури з Complex Object: пор.: укр. *Я б хотіла, щоб ви прийшли* і англ. *I'd like you to come* (E. Segal); *I'm thinking now of when Stradlater got back from his date with Jane* (G. Salinger) і укр. *думаю (про що?, над чим?)*; англ. *I'm thinking (about what?) – of when...*; *Years later people would quarrel about who had been the first to go* (Т. Morrison), а також англійські речення з прийменниковими предикативними експлікаторами, зокрема зі складеним герундіальним зворотом: укр. *Я почув, що твою дитину вбили* і англ. *I've heard about your boy being killed*.

Синсемантичні дієслова української та англійської мов у реченнях, об'єднаних у предикативно-однооб'єктну модель каузованого (розумового та психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію, виявляють корелятивність у реченнях:

а) із обов'язковими придієслівними компонентами, вираженими: безприйменниковими іменниковими / займенниковими словоформами: укр. *Бачу я знову і знову хустку тернову твою* (П. Перебийніс); *Край самого лісу, до якого стікались ще не розквітлі гречки, він побачив хлопчика й дівчинку, що пригинцем збирали суниці* (М. Стельмах); *I раніше, двадцять років тому, усіх вражала краса цієї дівчинки* (О. Іваненко); англ. *Then we discussed the food question* (J.K. Jerome); *I have forgotten their names* (F. Fitzgerald); *Shadrack remembered the scene clearly* (F. Morrison); *In 1982 the International Astronomical Union established a special committee for exploring life in the Universe* (Т. Healy); *Bathsheba felt almost sure she knew the truth about Fanny and Troy, but she wanted to be certain* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=knew>); *At the hospital, in a cold tiled room, they asked questions and wrote down answers* (R. Anderson); *I am so pleased that we have solved the dilemma and we can feel morally superior!* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy>);

б) із обов'язковими придієслівними компонентами, вираженими прийменниково-іменниковими / займенниковими формами: укр. *Ну ж, про вдячність забувають люди* (М. Луків); англ. *Later, sitting in the Lagonda with one hand on the steering wheel, Mungo tried to recall what he knew about the dead girl, apart from her name* (C. Kelly);

в) із неозначеною формою дієслова неозначеною формою дієслова / суб'єктним інфінітивом у ролі обов'язкових придієслівних компонентів: укр. *Я не забуду, о ні, віддячити тобі* (Н. Гнатюк); англ. *... and he quite forgot to repeat his question* (A. Myers);

г) із предикативними експлікаторами дієслівного синсемантизму (з'ясувальними підрядними реченнями): укр. *Я вже й забула, що вони тоді обіцяли* (І. Нечуй-Левицький); англ. *Bobby explained that help us was on the way and asked if the other could see any sights of its arriving* (A. Christie).

Ознаки повної корелятивності дієслів виявляються, окрім випадків одиничних корелятивів дієслівних лексем, що номінують спільні процесуальні денотати, також у синонімічних рядах, зокрема у формальних експлікаторах дієслівного синсемантизму: пор.: укр. *сміятися, насміюватися, кепкувати, глузувати* (над ким-н., над чим-н.) і англ. *to laugh, to ridicule, to mock, to scoff, to jeer, to rail, to deride, to flout, to gibe, to sneer* (at smb., at smth.).

Ознаки формальної некорельованості виявляють українські та англійські дієслова, що утворюють речення предикативно-однооб'єктної моделі каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію) у таких випадках: а) якщо придієслівному обов'язковому компоненту, вираженому прийменниково-іменниковою словоформою в українському реченні відповідає герундіальний зворот у реченні англійської мови: укр. *Він скаржився на спеку в кімнаті* і англ. *He complained of the room being hot* (S. Shepherd); б) якщо синсемантичне дієслово утворює складнопідрядне речення української мови з підрядним з'ясувальним, якому в англійській мові відповідає об'єктний дієприкметниковий зворот: укр. *Усі побачили і пересвідчилися, що організатори тих безчинств були з інших областей* (З газ.) і англ. *I saw them driving and driving* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy>); *But it's wonderful to watch her growing and changing* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=watch>); в) якщо синсемантичне дієслово утворює безособове речення в українській мові, якому в англійській мові відповідає структура двоскладного речення із оберненим порядком слів і прийменником в абсолютному кінці речення: укр. *Вам немає на що скаржитися* і англ. *You have nothing to complain of*; г) якщо в українській мові обов'язковий придієслівний компонент виражає прийменниково-іменникова / займенникова словоформа, якій у реченні англійської мови відповідає Accusative + Infinitive: укр. *Я сподіваюсь на ваше розуміння* і англ. *I don't expect you to understand this at your age* (M. Fraun); г) якщо в українській мові роль обов'язкового придієслівного компонента об'єктної семантики виконують підрядні з'ясувальні речення із сполучниками *що, щоб, на тому, щоб*, яким в англійській мові можуть відповідати частини речень у складних реченнях безсполучникового типу: укр. *Я сподіваюсь, що-таки настане справедливість і в цих питаннях* (З газ.); *Данило не зміг згадати, щоб коли-небудь його навідували вони на пасіці* (М. Стельмах); *Василь Іванович таки наполіг, щоб було по-його* (С. Васильченко) і англ. *I suppose no one wanted to see me or to speak to me* (E. Segal); *Now he could not remember that he had ever forgotten anything* (T. Morrison); *He insisted that the boy remain in bed* (A. Cronin); *I expect it was the war* (A. Christie); д) якщо в реченнях із дієсловами, що утворюють предикативно-однооб'єктну модель дії (розумового і психо-емоційного впливу на предметну субстанцію), у зіставлених структурах відбувається міжкомпонентний перерозподіл, який впливає на саму модель.

До специфічних особливостей дієслів, здатних реалізувати аналізовану модель, можемо віднести і простежену здатність українських дієслів, охоплених мікрокатегорією «дія – мовлення» на кшталт *казати, мовити, повідомляти*, утворювати речення як предикативно-двохоб'єктної моделі, так і досліджуваної предикативно-об'єктної, на відміну, наприклад, від англ. *to tell*, в якому уведена до його семантичного складу субстанційна об'єктна сема потребує обов'язкової позадієслівної експлікації, яку забезпечують структури предикативно-двохоб'єктної моделі: пор.: укр. *Він сказав мені (нам) правду* = *Він сказав правду*; *Він сказав мені (нам) усе, що думає*; *Він сказав мені (нам), що зробити (як зробити, кому зробити)* і англ. *He told me (us) the truth*; *He told me (us) all, he thought about it*; *He told me (us) what to do (how to do, when to do it)*.

Елементи некорельованості виявляють синсемантичні дієслова вказаних мікрокатегорій, коли мова йде про наявність / відсутність прийменників у вираженні обов'язкових придієслівних компонентів речення: укр. *Я шкодую про (за) свою помилку* і англ. *I regret my mistake*; укр. *Мандрівник розповів про свої пригоди* і англ. *The traveler related his adventures*; укр. *Він ні з ким не рахується (Він ні на кого не зважає)* і англ. *He regards nobody*; укр. *Я поскаржусь на тебе* і англ. *I'll report you*; укр. *Він уміє кататися на велосипеді* і англ. *He can ride a bicycle*; укр. *Я знаю, про що ви думаєте* і англ. *I know what you are thinking*; укр. *Він спостерігав за моїми діями* і англ. *He was watching my actions*.

Не можна, на нашу думку, залишити поза увагою деякі часто вживані синсемантичні дієслова англійської мови, які в реченнях предикативно-однооб'єктної моделі виявляють суттєві розбіжності щодо вияву ознак корелятивності з українською мовою. До таких можна віднести англійські синсемантичні дієслова, належні до різних субкатегорій, на кшталт *to like, to suggest, to try, to have, to forbid, to forget, to fancy, to regret, to decide, to care* та ін., інтегровані спільними ознаками – здатністю утворювати речення предикативно-однооб'єктної моделі дії (розумового і психо-емоційного впливу на предметну субстанцію), а також властивістю прогнозувати сильні позиції, що їх заповнюють неособові форми дієслова об'єктної синтаксичної семантики. Зупинимося на деяких із них.

Широка синтагматика англійського дієслова *to like*, що виявляється в сполучуваності з герундіальними формами лексем різної семантики, водночас засвідчує значну перевагу інфінітивних форм у порівнянні з герундіями: *to like to read smth. (to see smth., to go long walks, to have dinner together with smb. etc.)*. Досить часте вживання дієслова *to like* з дієсловами *should, would* у сполученні із залежними інфінітивами розширює контекст функціональних можливостей цієї предикативно-однооб'єктної моделі, у центрі якої в англійській мові перебуває інфінітив, а на периферії – герундій.

На ступінь корелятивності українських інфінітивних форм при укр. *любити*, англ. *to like, to prefer* англійським герундієм та інфінітивом може впливати характер „опредмеченої” дії (процесу) як частини розчленованого денотата, за умови якщо дієслово *to like* входить до мікрокатегорії „відношення – ставлення”. У такому разі спостережено, що герундіальні форми вживаються для вираження цілісних дій, тоді як інфінітиви (з *to*) позначають окремі конкретні дії (особливо якщо аналогічні дієсловові форми *to like* містять компоненти *should, would*): пор.: англ. *I like reading (swimming, playing football, singing, dancing etc.)* і укр. *Я люблю читати... (взагалі)*, з одного боку, та англ. *I should not like to read that book* і укр. *Мені не хотілося б читати цю книгу*, з іншого. Або: англ. *They prefer staying indoors when the weather's cold* і укр. *В холодну погоду вони люблять залишатися дома*; англ. *Would you prefer to stay at home this evening?* і укр. *Не хотілося б вам побути дома сьогодні ввечері?*

Спостережено також, що англ. *to suggest* утворює реченнєві структури, в яких герундіальний обов'язковий компонент співвідносний із предикативною частиною українського речення в предикативно-однооб'єктній моделі (англ. *He suggested her staying at home* і укр. *Він запропонував, щоб вона лишилась вдома*), або з інфінітивною формою, яка виконує в українському реченні функцію інфінітивного додатка (англ. *He suggested going to the theatre* і укр. *Він запропонував піти в театр*; англ. *She suggested writing that into the contract* і укр. *Вона запропонувала внести це в контракт*).

Англійське синсемантичне дієслово *to forbid* у предикативно-однооб'єктній моделі з герундіальним експлікатором його семантики найчастіше корелює з українським *забороняти* (*заборонити, не дозволяти*) у предикативно-двооб'єктній моделі: англійський присвійний займенник у ролі факультативного атрибутивного компонента співвідноситься з узагальненим особовим займенником у ролі обов'язкового придієслівного компонента: укр. *Моє здоров'я не дозволяє мені приїхати* (*Я не можу приїхати через стан здоров'я*) і англ. *My health forbids my coming*.

Типову синтагматику дієслів укр. *забувати* і англ. *to forget* (укр. *забути* (кого-н., що-н.); англ. *to forget (smb., smth.)*) доповнює в англійській мові вживання при дієслові *to forget* герундія: *Try to forget seeing me; I'll never forget her quarreling with her neighbour*. Такі англійські речення корелюють із українськими підрядними структурами.

Англійські реченнєві структури із дієсловом *to fancy* (*уявляти, уявляти собі*) + герундіальні форми (*fancy doing smth.*) корелюють виключно з українськими реченнями з предикативними експлікаторами синсемантизму цих дієслів: пор.: англ. *I cannot fancy having to wait you after noon* і укр. *Не можу уявити, що доведеться чекати тебе до вечора*; англ. *It's impossible to fancy his saying a thing like that* і укр. *Неможливо уявити собі, як (же) він сказав це*.

У мовленнєвих реалізаціях речень, побудованих за предикативно-однооб'єктною моделлю каузованого (розумового і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію з можливим інфінітивним обов'язковим компонентом послідовно корельованими виявилася значна частина українських та англійських дієслівних ЛСВ, належних до мікрокатегорії «дія – розумова діяльність» (на кшталт укр. *ненавидіти, прагнути, пропонувати, пам'ятити, терпіти* тощо; англ. *to decide to dislike, to endure, to expect, to forget to intend, to remember etc.*)

Загалом в українських та англійських реченнєвих реалізаціях предикативно-однооб'єктної моделі із синсемантичними дієсловами, здатними утворювати двокомпонентні семантичні єдності із суб'єктивними інфінітивами, спостерігається закономірність щодо еквівалентності синтагматики дієслів, які моделюють такі структури. Найвищим є показник їхньої сполучуваності з інфінітивом, далі йдуть синтагматичні поєднання з предикативними одиницями, далі – синтагми з іменниковими (займенниковими) словоформами. Проілюструємо це прикладами кількох пар синсемантичних дієслів, семантику яких компенсують суб'єктивні інфінітивні форми в обох мовах.

Наприклад, синтагматика синсемантичних укр. *вирішувати* і англ. *to decide* у мовленні є однаковою: а) укр. *вирішувати* + *зробити* (щось) і англ. *to decide* + *to do smth.* (укр. *А ми вирішили мікату на батьківщину* (З. Тулуб) і англ. *The picture incident proved too much for the officer and he decided to retire* (К. Logan)); б) укр. *вирішувати* + *що...* і англ. *to decide (that)* (укр. *Експерти вирішили, що міліціонери не були полтавчанина* (З газ.); англ. *She had evidently decided that things were going to be all right* (М. Falk)); в) укр. *вирішувати* + *хто / що / як / куди / коли та ін. ...* і англ. *to decide* + *who / what / how / where / when etc.* (укр. *Хлопці ніяк не могли вирішити, хто ж буде основним у команді* (О. Донченко) і англ. *Michael Stockbrokers and unit trust managers have to decide how much of the VAT saving they can pass on to investors* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=decide>)); г) укр. *вирішувати* + *що-н.* і англ. *to decide smth* (укр. *Ми вирішували задачі під його керівництвом* (Л. Смілянський) і англ. *Whatever you decide I will consent to, my father's oldest friend* (Р. Wiat)).

Однаковою є також частота вживання відповідних синтагматичних груп з цими дієсловами. За частотою вживань перевагу мають три перші структури (а, б, в). Корелятивна пріоритетність у предикативно-об'єктній моделі належить реченням із присудками – дієсловами укр. *вирішувати*, англ. *to decide* + обов'язковий інфінітивний придієслівний компонент: укр. *Таки вирішив бідолаха змиритися, змовчати* (І. Багрянний); англ. *At last he decided to merry her* (L. Alcott).

Синсемантичні дієслова української та англійської мов, охоплені мікрокатегорією «дія – розумова діяльність», розглядувані крізь призму реченневих утворень предикативно-однооб'єктної моделі каузованого (розумовго і психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію виявляють особливості формального вираження обов'язкових придієслівних компонентів безприйменниково-іменниковими / займенниковими словоформами в українській мові та прийменниково-іменниковими / займенниковими словоформами в англійській, напр.: укр. *цікавитись* (ким-н., чим-н.) і англ. *to care (for smb., smth.)*; укр. *слухати* (кого-н., що-н.) і англ. *to listen (for smb., smth.)*; укр. *шукати* (кого-н., що-н.) і англ. *to look (for smb., smth.)*; укр. *чекати* (кого-н., що-н.) і англ. *to wait (for smb., smth.)*. Таку невідповідність пояснює явище сильної чи помірної зв'язаності деяких прийменників із дієсловами, що виявляє специфічність дієслів, зокрема в англійській мові, і пов'язана з усталеними нормами, закономірностями граматичного ладу мови. Принагідно зазначимо, що, на відміну від української, в англійській мові прийменник може позиціюватися в кінці речення (зокрема в спеціальних питаннях, у структурі яких функцію обов'язкового придієслівного компонента виконує займенникове слово): англ. *What are you looking for?*; *What does they care for?*

Повну корелятивність виявляють українські та англійські дієслова в реченнях, у яких у ролі обов'язкового придієслівного компонента виступають напівпредикативні структури з інфінітивом, приєднані до синсемантичного дієслова сполучниковими словами (укр. *як, хто, що, коли, де, кому, чий / чийого, чийому, чому*; англ. *how, who, what, when, where, whom, whose, why*), а також сполучниками укр. *чи* та англ. *if, where*, які вводять пряму мову: укр. *Я не знаю, як туди проїти* (В. Канівець); англ. *When I got the letter, I knew how angry Isabel would be* (S. Hill); укр. *Я не зрозумів, де головна дорога кінчалася* (С. Васильченко); англ. *But I still don't understand where the boundary was.* (<http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=understand>). Спостережено, що в корелятивні відношення в цьому варіанті розглядуваної моделі вступає значна частина українських та англійських дієслів, об'єднаних мікрокатегорією „дія – розумова діяльність” (укр. *думати, знати, пояснювати, розуміти, думати*; англ. *to ask, to consider, to decide, to discover, to explain, to guess, to observe, to perceive etc.*).

Своєрідність українських синсемантичних дієслів, що заповнюють розглядувану модель, становить їхня активність в утворенні фразеологізмів, які за структурою постають як двохелементні семантичні єдності, хоча у формально-синтаксичній структурі традиційно розглядають як один синтаксичний компонент (присудок чи головний член односкладного речення): *Хто мовчить, той двох навчить* (Н. тв.); *Хто спішить, той людей смішить* (Н. тв.); *Рибак рибака бачить* здалека (Н. тв.) та ін.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, зіставивши українські та англійські реченневі структури із синсемантичними дієсловами визначених мікрокатегорій, об'єднаних предикативно-однооб'єктною моделлю каузованого (психо-емоційного та розумового) впливу на предметну субстанцію, було встановлено такі

основні спільні та специфічні риси синтагматики української та англійської дієслівних систем. (1) Корелятивні ознаки реченнєвих структур обох мов, об'єднаних предикативно-однооб'єктною моделлю каузованого (розумовного та психо-емоційного) впливу на предметну субстанцію, відбито в тому, що: а) структуру речень формують синсемантичні дієслова, які на рівні семантичних едностей прогнозують одну сильну позицію для заповнення її відповідними (найчастіше іменниковими / займенниковими) структурами, що в реченні кваліфіковано обов'язковим придієслівним компонентом; б) обов'язковий компонент об'єктної семантики українського речення в типовій морфологічній формі знахідного відмінку відповідає формі непрямого відмінка англійського речення. (2) Виявлені випадки часткової чи повної некорельованості українських та англійських дієслів у реченнях предикативно-однооб'єктної моделі мають переважно формальні показники в межах обов'язкових придієслівних компонентів об'єктної синтаксичної семантики і можуть бути пояснені особливостями граматичного ладу кожної із зіставляваних мов. При цьому експлікаторами корелятивності виступають предикативні, неpredикативні й напівpredикативні (в англійській мові) аналітичні/ синтетичні, прості/ускладнені форми. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в можливості застосування розробленої авторської методики двобічного зіставного аналізу дієслівних систем української та англійської мов для подальшого контрастивного дослідження одиниць у їхніх синтагматичних вимірах, зокрема для аналізу реченнєвотвірного потенціалу дієслів у сфері інших моделей дієслівних речень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Структура простого предложения современного английского языка / Л. С. Бархударов. – М. : Высш. школа, 1966. – 199 с.
2. Вихованець І. Р. Теоретична морфологія української мови : академ. граматики укр. мови / [за ред. І. Вихованця] / Іван Вихованець, Катерина Городенська. – К. : Унів. вид-во «Пulsари», 2004. – 400 с.
3. Загнітко А. П. Теорія сучасного синтаксису : [монографія] / А. П. Загнітко. – Донецьк : Вид-во ДонДУ, 2006. – 378 с.
4. Іваницька Н. Б. Функціонально-семантична класифікація українських та англійських дієслів : [монографія] / Н. Б. Іваницька. – К. : КНТЕУ, 2004. – 196 с.
5. Іваницька Н. Б. Дієслівні системи української та англійської мов: парадигматика і синтагматика : монографія / Н. Б. Іваницька. – Вінниця : СПД Главацька, 2011. – 636 с.
6. Іваницька Н. Б. Tertium comparationis у міжмовному зіставленні дієслівних систем / Наталя Іваницька // Мовознавство. – 2009. – № 1. – С. 46–59.
7. Іваницька Н. Б. Модель простого речення дієслівної будови як tertium comparationis синтагматики дієслівних систем української та англійської мов / Н. Б. Іваницька // Проблеми зіставної семантики : зб. наук. статей / відп. ред. Корольова А. В. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2011. – Вип. 11. – С. 199-205.
8. Іваницька Н. Л. Двоскладне речення в українській мові / Н. Л. Іваницька. – К. : Вища шк., 1986. – 167 с.
9. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства : [підручник] / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2006. – 424 с.
10. Леута О. І. Структура і семантика дієслівних речень в українській літературній мові : [монографія] / О. І. Леута. – К. : Такі справи, 2008. – 208 с.
11. Почепцов Г. Г. Конструктивный анализ структуры предложения / Г. Г. Почепцов. – К. : Вища школа, 1971. – 191 с.
12. Fillmore C. J. Construction grammar course book // Charles Fillmore, Paul Kay. – Berkeley : University of California, 1992. – 113 p.
13. Fries Ch. The Structure of English / Charles Carpenter Fries. – Editeur Longmans, Green and Co, 1963. – 304 p.

Іваницька Н. Б. Синтагматическая корреляция украинской и английской глагольных систем в предикативно-однообъектной модели каузированного влияния на предметную субстанцию.

В статье установлены синтагматические параметры украинской и английской глагольных систем в плане образования ими предикативно-однообъектной модели каузированного влияния на предметную субстанцию. Выбранная модель предложения выступает основой сопоставления, поскольку является сформированной на основе дифференциальных признаков моделей такого типа в обоих языках. В работе использованы положения разработанной в лингвистике теории номинативного минимума предложения, который традиционно рассматривают как расширенную схему, включающую минимальную структурную схему предложения (главные компоненты) и обязательные присловные распространители, необходимые для реализации предложением номинативной функции. Коррелятивные признаки конструктивных структур обоих языков, объединенных предикативно-однообъектной моделью каузированного влияния на предметную

субстанцію, отражены в том, что структуру предложений формируют синсемантические глаголы, которые на уровне семантических единств прогнозируют одну сильную позицию для заполнения ее соответствующими структурами, квалифицирующимися в предложении обязательным приглагольными компонентами. Выявленные случаи частичной или полной некоррелированности имеют преимущественно формальные показатели в пределах обязательных приглагольных компонентов объектной синтаксической семантики и могут быть объяснены особенностями грамматического строя каждого из сопоставляемых языков.

Ключевые слова: украинская и английская глагольные системы, предикативно-однообъектная модель каузированного влияния на предметную субстанцию, основа сопоставления (*tertium comparationis*), коррелятивность.

Ivanytska N.B. Syntagmatic Correlation of Ukrainian and English Verb Systems in the Context of Predicative-one-object Model of Causative Influence on Substance.

The paper focuses on the syntagmatic characteristics of the Ukrainian and English verbs systems in the light of their capacity to form predicative-one-object model of causative influence on substance. The chosen model is the basis for comparison of the sentence, because it is formed on the basis of differential characteristics of models of this type in both languages. The investigation is based on the theory of nominative minimum of sentence that is traditionally viewed as an extended scheme which includes minimal structural scheme of the sentence (main components) and mandatory verbal radiators necessary for the implementation of the sentence nominative function. Correlative verbal features of the predicative-one-object model of causative influence on substance are reflected in the fact that the structure of sentences is formed by synsemantical verbs. They predict a strong position to fill it appropriate (usually noun/pronominal) elements at the level of semantic unities that effect obligatory verbal components in the sentence. Identified partial or complete lack of correlation is mostly measured by formal parameters. They were found in the sphere of obligatory components caused by verbs and had object syntax semantics. It can be explained by the peculiarities of grammatical structure of each contrasted language.

Key words: Ukrainian and English verbal systems, predicative-one-object model of causative influence on the substance, the basis of comparison (*tertium comparationis*), correlation.

Медведєва Світлана
(Вінниця)

УДК 811.111'42

**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ЯВИЩ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМУ
ТА МУЛЬТИЛІНГВІЗМУ В АНГЛОМОВНИХ КРАЇНАХ**

У статті здійснена спроба проаналізувати тенденції мультикультуралізму та мультилінгвізму в сучасному світі. Враховуючи багатогранність цих питань, їх огляд здійснено у тісному зв'язку між політичним, історичним, соціологічним, психологічним, мовним та культурним аспектами сучасного політичного процесу. Окремим пунктом статті виділяється мовна політика держави, як чинник, який обумовлює панування тих чи інших настроїв в суспільстві та впливає на вироблення певної політичної позиції особистості та ступені її задіяності у соціально-політичних процесах країни. Аналіз процесу мультикультуралізму також представлено в історичному розрізі, що дає можливість прослідкувати динаміку та можливі наслідки цього процесу.

Ключові слова: мультикультуралізм, мультилінгвізм, глобалізація, мовна політика, етнокультурні спільноти.

Постановка наукової проблеми. Принципи мультикультуралізму та перспективи їх реалізації в політиці держав з демократичним устроєм є одним з найактуальніших питань, навколо якого розгортаються дискусії як суспільного, так і наукового характеру. Ці дискусії тривають вже протягом майже двох сторіч. Саме поняття мультикультуралізму з'явилося ще в 60-ті роки двадцятого століття на позначення характеристики соціальної політики в Канаді в умовах етнокультурного, расового та релігійного розмаїття країни.

Питання мультикультуралізму не втрачає своєї актуальності набуваючи нового звучання в сучасному світі. Наразі політика мультикультуралізму пов'язана з обговоренням таких дискусійних питань, як «криза ідентичності», «війна цивілізацій», міжкультурна комунікація. При цьому на перший план виходять проблеми переважно соціально-політичного характеру. Питання мультикультуралізму розглядається у співвіднесенні трьох рівнів: демографічного (опис змін демографічних та етнокультурних параметрів національних суспільств під впливом ендегенних та екзогенних факторів), ідеологічного (концепції, які відображають ідейно-політичні аспекти та аспекти світобачення парадигми мультикультуралізму) та політичного (аналіз питань практичного використання принципів мультикультуралізму в політиці сучасної держави) [2; с. 64].

До сфери інтересів мультикультуралізму в його найрізноманітніших проявах потрапляє перш за все проблема єднання та розмаїття, взаємовідносини між «своїми» та «іншими, чужими». Про це свідчать дослідження таких вчених, як К. Инглис, Э. Гутман, Г. Мансур, Дж. Эдвардса, Э. Смига, В. Кимлика, Дж. Смолич, Ф. Грена, С. ДеАлькантара, Р. Ставенхагена, Д. Корсона, С. Лежера. Зробили внесок у дослідження цього питання такі російські вчені, як Н.А. Алексахна, А. А. Борисов, М. В. Жеребкин, А. А Жириков, А.И. Куропятник, С. В. Михайлов, Г. Г. Новиков та інші.

Отже, поняття мультикультуралізму включає рівність расових та етнічних співтовариств, визнання державою прав за колективними етнічними утвореннями, співіснування цих утворень в будь-якій країні із включенням, але без асиміляції в загальну політичну культуру, відмову від панівного тиску культури корінного населення, при цьому поважного ставлення до мови та культури корінного населення. Іншими словами, поняття мультикультуралізму позначає політику держави, що спрямована на підтримку та правове забезпечення етнічно-культурного розмаїття за умов одночасного згуртування громадян для спільного вирішення проблем в державі. Однією з можливостей вирішення цих питань є правильне ведення мовної політики. Цей аспект підлягав ретельному вивченню такими вченими, як Ф. де Варенес, Р. Філіпсон, А. Эйде, Д. Кібе, а також У. Озолніс, Б. Булівант, Дж. Эдвардс.

Підставою для реалізації політики мультикультуралізму на сучасному етапі є міграційна хвиля обумовлена посиленням соціально-економічної нерівності між Північчю та Півднем. Стаття передбачає дослідження тісного взаємозв'язку між політичним, історичним, соціологічним, психологічним, мовним та культурним аспектами сучасного політичного процесу.

Поряд з тенденцією до об'єднання культур, процесами уніфікації та глобалізації спостерігається також протилежний процес – тенденція до відособлення та локалізації. **Метою статті** є дослідити переважання тієї чи іншої тенденції в країнах Західної Європи, зокрема Великобританії, та в Сполучених Штатах Америки. Мета дослідження реалізується в наступних завданнях: (1) окреслити сучасну інтерпретацію трактування поняття мультикультуралізму; (2) дослідити динаміку розвитку цього поняття в історичному розрізі; (3) проаналізувати ідеологічну позицію англосаксонських держав на сучасному етапі; (4) виявити загальну тенденцію сьогодення щодо мультикультуралізму та мультилінгвізму у їхньому зв'язку з політичними та культурними процесами. **Актуальність роботи** обумовлена підвищеною увагою політологів, соціологів, філософів, а також філологів до проблеми мультикультуралізму та шляхів її розв'язання високорозвиненими державами. Дослідження проводиться на матеріалі документів США та Великобританії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Вибір саме цих країн для проведення дослідження обумовлений рядом причин. Огляд історичних процесів у Сполучених Штатах Америки вказує на пошук можливого мирного співіснування різних етнічних груп в межах однієї держави. Ілюстрацією стають моделі «плавильного котла» (XIX – XX ст.), теорія «культурного плюралізму» (1915 р. розробник – Х. Коллэн), модель, яка отримала назву «томатний суп» та була сфокусована на припущенні, що іммігранти адекватно адаптуються до англосаксонських культурних традицій.

Водночас поруч з офіційною ідеологією універсалізації культурної ідентичності, спостерігається тенденція до самоізоляції та замикання в межах етнічних спільнот, як реакція на спробу багаторівневої уніфікації. Саме з такою проблемою, так званим реактивним мультикультуралізмом, стикнулися Сполучені Штати Америки у дев'яності роки минулого сторіччя. Йдеться про бажання етнічних, релігійних та інших меншин відокремитись, не

зливатись з більшістю. Сучасне поняття мультикультуралізму включає поняття інтеграції без асиміляції, існування багатьох етнічно-культурних осередків в межах однієї держави із одночасним домінуванням, проте не насадженням, культури етнічної більшості.

Проте, лідер консервативної партії Великобританії Д. Камерон трактує політику мультикультуралізму як таку, що базується на поділі людей за етнічною ознакою, що посилює фрагментацію суспільства: “We have allowed the weakening of our collective identity. Under the doctrine of state multiculturalism, we have encouraged different cultures to live separate lives, apart from each other and away from the mainstream” («Ми дозволили послабити нашу колективну ідентичність. В рамках доктрини державного мультикультуралізму ми заохотили різні культури жити окремим життям, поодаль одна від одної та від головної течії») (цит. за: [Johnson; с. 136]). Окремі науковці вбачають загальну тенденцію консерваторів до несхвалення політики мультикультуралізму з її завищеними вимогами та відсутністю врахування економічних та політичних умов країни. Проте, серед задач, які проголошувались партією консерваторів у передвиборчому документі “Built to Last” the aims and values of the conservative party, знаходимо: «taking action to ensure more women candidates, candidates from black and minority ethnic communities, and candidates with disabilities» [5; с. 6]. Отже, ідея мирного співіснування різних етнокультурних спільнот є досить привабливою, проте не завжди вдається її реалізувати практично. В США ідеологія мультикультуралізму також має чимало противників. Як пояснює Дрожжина С. «ця ідеологія явно суперечить „американській мрії“, найважливіший елемент якої – уявлення про єдину „американську націю” [2; с. 54].

Ідея мультикультуралізму нерозривно пов’язана з ідеєю мультилінгвізму, суть якої У. Бек вбачає «не в тенденції до мовної уніфікації, а в плутанині мов та ідентичностей». (цит. за: [Ушанова; с. 28]). Політика мультилінгвізму (багатомовності) передбачає здатність спілкуватися декількома мовами, що також відкриває можливість залучення до інших культур, іншого типу мислення, вироблення власного мислення, яке готове до відкритого діалогу культур.

З іншого боку, впродовж всієї історії існування людство відчувало необхідність у виробленні мови, яка б стала спільною для зустрічей на міжнародному рівні представників різних країн. Відмінною характеристикою сучасного суспільства є величезна кількість міжнародних контактів, а спільною, міжнаціональною мовою стала англійська. Про це свідчать й такі існуючі вирази, як “World English”, “International English”, “English as Lingua Franca”, “Global English” та “Globish”. Англійська мова є робочою мовою або однією з робочих мов всіх міжнародних організацій. Англійська мова також поза конкуренцією в сферах бізнесу, навчання, технологій та науки, також ЗМІ та індустрії розваг. Англійська мова стала символом сучасності та свободи слова та найпопулярнішою мовою, яка використовується у нових комунікаційних каналах (блоги, соціальні мережі). Говорити англійською означає вийти за межі національної культури та стати частиною глобальної культури.

Проте існує певний ризик такої експансії мовного світу однією мовою, адже мова є носієм культури, отже шляхом розповсюдження англійської мови відбувається насадження культури та цінностей англосовних країн (особливо США), відкриває шлях до економічного та політичного домінування цих країн, що в решті може призвести до втрати іншими країнами своєї національної ідентичності. Проте, численні дослідження зарубіжних дослідників вказують на те, що до вивчення мови людей спонукає бажання оволодіти лише комунікативними навичками, без урахування його соціокультурного нашарування.

Мультилінгвізм є необхідною умовою співіснування різноманітних етнокультур, проте виникає небезпека щодо збереження монолінгвальної культури. Саме збереження нації як єдиного цілого є причина, якою Д. Камерон керується з метою впровадження ідеологія «Єдина нація – єдина мова». Тобто, всі етнокультурні спільноти, які мешкають на території Великобританії, повинні залучатись до вивчення державної мови. Саме мова сприяє об’єднанню всіх громадян Великобританії у єдину силу. Така мовна політика в державі покликана укріпити політичну стабільність, сприяти ефективному використанню механізмів мовної комунікації з метою об’єднання громадян. Це ще раз доводить твердження про неможливість існування політики без мови. Розвиток гармонійних міжнаціональних та міжнародних відносин та політична стабільність в державі напряму залежать від правильно спланованої мовної політики.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок.

Мультикультуралізм та тенденції до зближення націй, обмін інформацією, досвідом, культурою є невід'ємними рисами сьогодення. Немоżliво охопити всі позитивні та негативні моменти цих процесів в межах однієї статті, проте варто відзначити, що створення умов для адекватного міжкультурного спілкування, зокрема на державному рівні, є вкрай важливим, і вирішальну роль у цьому відіграє відповідно вибудована мовна політика держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Артемьева, Елена Юрьевна Лингвокультурная составляющая современного политического процесса : Специфика англоязычных государств: дис. на присвоение науч. звания кандидата полит. наук : 23.00.02 / Елена Юрьевна Артемьева. – Нижний Новгород, 2003. – 241 с.
2. Дрожжина С. В. Культурна політика сучасної полікультурної України: соціально-філософський та правовий аспекти: Монографія / С. В. Дрожжина. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 196 с.
3. Куропятник А. И. Мультикультуралізм : проблемы социальной стабильности полиэтнических обществ / А.И. Куропятник. – СПб. : Издательство СПбГУ, 2000. – 205 с.
4. Ушанова И. А. Мультикультуралізм и глобализация : пути развития / И. А. Ушанова. – Вестник Новгородского Государственного университета: зб. наук. праць. – НГУ, 2004. – Вип.27. – С. 24 – 29.
5. Built to Last: Aims and Values of the Conservative Party. – Polar Print Group Ltd, 2006. – 7 p.
6. Johnson David Cassels Language Policy / D. C. Johnson. – Houndmills, Basingstoke, Hampshire : Palgrave Macmillan, 2013. – 308 p.
7. Nick Clegg sets out vision of multiculturalism // [електронний ресурс].
8. Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-12638017>

Медведева С. Современные подходы к трактовке мультикультуралізма и мультилингвизма в англоязычных странах

В статье предложен анализ тенденций мультикультуралізма и мультилингвизма в современном обществе. Принимая во внимание многогранность этих вопросов, их рассмотрение подано в тесной связи с политическим, историческим, социологическим, психологическим, языковым и культурным аспектами политической действительности. Отдельным пунктом статьи выделяется языковая политика государства, в качестве составляющего, которое предопределяет наличие тех или иных настроений в обществе и влияет на формирование политической позиции личности и меры участия в социально-политических процессах в стране. Анализ политики мультикультуралізма представлен также в историческом разрезе, что дает возможность проследить динамику явления и возможные последствия.

Ключевые слова: мультикультуралізм, мультилингвизм, глобализация, языковая политика, этнокультурные сообщества.

Medvedeva S. The Modern Approaches towards the Interpretation of Multiculturalism and Multilingualism in English-Speaking Countries.

In the article the analysis of tendencies of multiculturalism and multilingualism in modern society is suggested. Taking into account the complexity of the notions, they are discussed in their close connection with political, historical, sociological, psychological, lingual and cultural aspects of political reality. Peculiar attention is given to the notion of language state politics as to the phenomenon that predetermines the existence of certain moods in the society and influences the formation of a complex of political views and the extent to which a person is ready to participate actively in socio-political life of the country. The notion of multiculturalism is also presented in its historical development, which gives the opportunity to follow the process of its development and the possibility to calculate the consequences.

Key words: multiculturalism, multilingualism, globalisation, language politics, ethnic-cultural unity.

*Людмила Мельник
(Вінниця)*

УДК 811.111'255.4

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АРХАЇЗМІВ ЯК ІСТОРИЧНО-ЗАСТАРІЛИХ ОДИНИЦЬ

У статті розглядаються архаїзми, їх види, стилістичні функції, які вони виконують у художніх творах. Встановлено найбільш вдалі лексичні трансформації, що трапляються в українських перекладах. Досліджено варіанти перекладу архаїзмів, перекладацькі трансформації та труднощі, які можуть виникати під час перекладу історично-застарілих слів у художньому тексті. Запропоновано шкалу оцінки перекладу архаїзмів, яка враховує передачу їх основних функцій. Проаналізовано погляди окремих лінгвістів на процес перекладу в контексті міжкультурної комунікації. З'ясовано, що архаїзми як елемент відображення дійсності мають вагомий стилістично-експресивне значення у текстах різних сфер використання та тематики, передаючи особливий відтінок значення, і завдяки своєму історичному підтексту формують специфічний експресивний фон.

***Ключові слова:** архаїзм, переклад, транслітерація, поняття, історизм, відповідник, англійська мова, адекватність, еквівалентність.*

Постановка наукової проблеми. Сучасна теорія перекладу виходить з того, що одним з важливих видів вербальної комунікації є обмін інформацією між людьми, що говорять на різних мовах і які належать до різних культур. Така міжмовна (або двомовна) комунікація може здійснюватися лише за участю посередника, який здатний сприймати повідомлення в письмовій або усній формі однією мовою й відтворювати її засобами іншої мови. Таке мовне посередництво може здійснюватися різними способами, головним з яких є переклад. З питанням перекладу архаїзмів у першу чергу пов'язане питання про збереження їх самотності, зумовленої темпоральним сегментом слова, а саме: експресивних функцій, їх ролі, як ключових елементів діалогу та елемента, що створює динаміку подій, утворює розвиток сюжету.

Мета публікації – розглянути основні труднощі перекладу архаїзмів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Переклад художнього тексту розглядається як особлива форма функціонування мовної системи, сутність якої полягає в створенні комунікативної еквівалентності нового тексту по відношенню до оригіналу й по можливості передачі повного обсягу змісту твору. В таких випадках тільки комплексний підхід може забезпечити ефективність під час перекладу з однієї мови на іншу, яка враховує лінгвістичний, культурологічний, історичний, філософський аспекти. Переклад як вид творчої діяльності, нерозривно пов'язаний з мовою та передбачає внутрішнє зіткнення двох мов і двох культур, допомагає проникнути в світ культури того чи іншого народу, поглянути на духовні цінності очима представника тієї чи іншої культури і може стати невід'ємною частиною духовного виховання та становлення індивідів, націй. У той же час, переходячи з одного культурного пласту в інший, "культурні архетипи" [1] визначають динамічний, поступальний розвиток самої культури. При цьому перекладач, так само як і автор, являє собою певну особистість із певним світоглядом, певним ступенем образності мислення, емоційності тощо, яка прагне зрозуміти культурний фон мови оригіналу й реалізувати свій індивідуальний спосіб передачі задумів автора твору.

Мовний матеріал неодмінно впливає на характер переданого повідомлення. Сучасна теорія перекладу наполегливо підкреслює необхідність збереження національної й історичної специфіки оригіналу. І якщо національна специфіка вже сама по собі історична, то риси епохи не завжди виступають як складова частина національної специфіки: бувають історичні явища, міжнародні по самій своїй суті, наприклад лицарська культура епохи феодалізму, що вимагає від перекладача передачі історичних реалій (костюм, зброя), особливостей етикету, психологічних рис. Труднощі для перекладача при передачі історичного і національного колориту виникає вже з того, що тут перед ним не окремі, конкретно вловимі, що виділяються в контексті елементи, а якість, в тій чи іншій мірі властиве всім компонентам твору: мовного матеріалу, формою та змістом.

В. Гумбольдт зазначав, що кожен народ обведений колом своєї мови й вийти з цього кола може, тільки перейшовши в інше. Однак такий “прорив” представляється можливим тоді, коли ми намагаємося проникнути в таємницю “духу” іншої мови. “Мова, – говорить він, – являє собою безперервну діяльність духу, що прагне перетворити артикульований звук у вираження думки” [4].

Творче мислення перекладача виконує дві взаємопов’язані функції: по-перше, відтворюючи реальну дійсність іншомовного середовища, реалізує свій задум, по-друге, він як би переосмислює факти, явища, щоб їх опис задовольняло сприйняття українського й українськомовного адресата. Під час перекладу архаїзмів відтворюється історія культури мови. Переклад архаїзмів здійснюється за такими параметрами: дослівний переклад і закономірна відповідність (еквівалент, аналог, адекватна заміна). При перекладі текстів з архаїзмами виникає проблема адекватної передачі як самої форми даної одиниці, так і експресивно-змістового наповнення, а також повноцінне відображення контекстуального відтінку архаїзмів у тексті перекладу. Для чіткого вираження значення одиниць застарілої лексики важливо враховувати особливості впливу лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів на відтворення змісту оригіналу засобами цільової мови. Способи перекладу специфічних лексичних одиниць не є універсальними, однак можна виділити наступні відомі перекладацькі трансформації. Архаїзми перекладаються транскрипцією або транслітерацією, тобто одиницями національно-специфічної лексики, значення яких залежить від структури самих одиниць на фонологічному рівні. Коли в мові не можна знайти еквівалент одиниці мови оригіналу, який би повністю відтворював як семантичне, так і екстралінгвістичне значення слова, використовується експлікація або описовий переклад. Семантична аналогія застосовується при перекладі одиниць, які виражають схожі значення та виконують однакові функції в мові, хоч і відрізняються за своєю формою. Одним із найпоширеніших способів перекладу історичних реалій, відповідно, архаїзмів є дескриптивна перифраза. Контекстуальне розтлумачення реалії – такий вид відтворення семантико-стилістичних функцій реалій, який нерозривно пов’язаний з цілісністю художнього тексту і полягає в роз’ясненні суті реалії в найближчому контексті [6].

Г. Винокур вважає, що архаїзми – це застарілі й, які вийшли з обігу назви або назви застарілих, що пішли в історію предметів і явищ [5]. У сучасній мові архаїзми якщо й використовуються, то найчастіше в стилістичних цілях: для відтворення колориту минулої епохи, або щоб додати мови особливої урочистості й піднесеності.

Функції архаїзмів дуже різноманітні, і саме поняття архаїзм потребує деякого уточнення. Цей термін поєднує різноманітні поняття. Різноманітні шляхи розвитку лексики. Увесь час іде процес втрати мовою одних слів і появи в ній інших, одні слова виходять з тих чи інших причин з ужитку й можуть взагалі “випасти” з мови, інші ж, з’явившись, починають відігравати важливу роль у живому спілкуванні, завойовують собі поступово міцне місце в мові. Ці процеси мають місце й в українській, і в англійській мовах.

До архаїзмів відносять слова і вирази, які застаріли і не використовуються в сучасній мові тому, що мають відповідні “сучасні” синоніми, як, наприклад, *whilome – formerly, swain – peasant, methinks – it seems to me, yon – there, habit – dress, to trow – to think* тощо. З іншого боку, до архаїзмів відносять такі слова, які синонімів не мають тому, що поняття, висловлені цими словами, не відіграють жодної ролі в сучасному житті суспільства. Наприклад, в українській мові такі слова, як щит, булат, данина, терем, кольчуга; в англійській мові; *gorget, mace, thane, yeoman, goblet, baldric* тощо. Ці слова не зникають із словникового складу мови, вони тільки обмежені в своєму вжитку сферою історичних романів, нарисів і досліджень з історії відповідних періодів [10].

Отже, доцільно розділити архаїзми на слова старовинні або забуті, які представляють собою терміни старовини й застосовуються лише в особливих стилістичних цілях у сучасній літературній мові, і слова застарілі, які ще не втратили свого значення в системі лексики сучасної літературної мови.

Переклад архаїчних дієслів привертає увагу перекладача можливістю чи неможливістю відтворення їх хронологічного елемента, завдяки якому вони складають архаїзований фон твору, відтворюють приналежність дійової особи до певного часового періоду або створюють стилістично забарвлений відтінок твору. Слід враховувати, що дійовим особам художніх творів властиво особливо експресивно та вагомо висловлювати свою думку за допомогою архаїчних

дієслів, запитувати думку інших, звертатися за допомогою до інших персонажів щодо вирішення якогось питання: “*Richard arise from his bed, sayest thou?*” [9]

Важливим елементом, на який слід звертати увагу при перекладі віршу з архаїчними елементами, є експресивність слів автора, з метою виказати своє ставлення, наприклад, поважливе, охарактеризувати основний персонаж. У поезії використовуються архаїзовані дієслова, як засіб творення риторичних звертань до читача: “*Thou knowest the prayers and vigils of thy youth.*” [7, с. 12]. Архаїзовані дієслова посилено реалізують функцію відтворення динаміки подій твору, епізоду чи думки; спонукання чи заклику до дії у промові чи діалогічному мовленні; функцію зображення душевного стану чи відчуття особи, є сильним експресивним засобом і містять вагому інформацію про ціль висловлювання [2; 4].

Ефективність передачі часової інформації архаїчних дієслів у перекладі може бути досліджена за допомогою схематичної шкали, що градує ступінь її відтворення: архаїзація лексичного елемента у перекладі – модернізація та передача деяких основних функцій – нівелювання, втрата лексичного елемента. Під модернізацією розуміється передача архаїчного елемента сучасним лексичним відповідником і втрата хронологічної інформації під час передачі лексичної одиниці будь-яким способом.

У практиці перекладу В. Виноградов [7] виділяє два етапи роботи. Один з них пов’язаний з осмисленням тексту іноземною мовою, а інший – з відтворенням його рідною мовою. Перший етап перекладу, званий сприйняттям тексту, включає в себе сприйняття твору, коли перекладач намагається глибоко осмислити і відчутти текст ще до безпосереднього перекладу тексту, і власне перекладне сприйняття, тобто безпосереднє сприйняття конкретних слів, речень і виразів у процесі перекладу.

Беручи до уваги все вищесказане, слід уникати наступних помилок під час перекладу архаїзмів:

1. Автор зображує конкретну історичну епоху, старанно копіюючи її мову, описуючи реалії. Тут головним помічником перекладача є словники, і він буде застосовувати адекватний переклад. Під адекватністю слід розуміти не тільки відповідність даному перекладному слову, але і всьому словесному оточенню, тобто контексту. Адже зазвичай переводяться не окремі слова, а думки, виражені не одним, а кількома словами. Тому було б логічно вважати мінімальною “одиницею перекладу” не слово, а словосполучення або навіть смислову групу, яка має відносно закінчену думку. Існують дві категорії словникових відповідників: еквіваленти і варіантні відповідності. Оскільки еквівалент – це єдине постійне й рівнозначне відповідність, то при наявності еквівалента перекладач позбавлений права вибору. Але бувають випадки, коли для уникнення нудного повторення одного й того ж слова чи з інших стилістичних причин слід відмовитися від існуючого еквівалента і знайти йому заміну синонімічних у перекладі.

2. Автор зображує вигаданий світ, мова якого наближений до мови певної історичної епохи цього світу. У цьому випадку перекладачеві розумно вдаватися до непрямого перекладу. Наприклад, у перекладі роману В. Скотта “Айвенго” [8] опис кольчуги лицаря “... *curiously plaited and interwoven, as flexible to the body as those which are now wrought in the stocking-loom, out of less obdurate material*” виглядає наступним чином: “... вона була зроблена надзвичайно майстерно і також щільно прилягала до тіла, як наші фуфайки, сплетені з м’якої вовни”. Таким чином, типове англійське поняття “*stocking-loom*” (вид ткацького верстата) було перекладено на українську мову “фуфайка”, яка в українській мові позначає різновид робочого одягу, не маючи ніякого ставлення до лицарським зброї. Згадуваний в одному з епізодів роману англійська титул “*baron*” (“барон”) перекладений на українську мову як “поміщик”, що є грубим порушенням як тимчасового, так і національного колориту: “поміщик” – у Російській імперії до 1917 р: землевласник (зазвичай дворянин). Дія роману розгортається в 12 столітті, коли на Русі такого поняття ще не існувало.

Відмінності в мовах іноді вимагають певних доповнень під час перекладу. Так, англійське слово *industry* має форму множини – *industries*, тоді як український іменник “промисловість” є збірним і вживається в однині (the industries of Britain “промисловість Англії”). В інших випадках, коли необхідно зберегти у перекладі значення множини, перекладач має ввести додаткове слово “галузі”; наприклад, *delegates from various industries* “представники різних

галузей промисловості”. Додавання такого роду необхідні, інакше перекладач порушив би норми української мови або спотворив зміст.

3. Не менш серйозною помилкою є внесення вульгаризмів і просторіччя в авторський текст, написаний літературним стилем, або в мову персонажів, що належать до кола освічених людей. Такі помилки створюють у читачів неправильне уявлення про суспільне становище, характер і виховання даних персонажів, а також про соціальні відносини між ними.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Із усього вищесказаного слід зробити висновок про те, що перекладаючи архаїзми, перекладач повинен слідувати авторським задумом і за допомогою обраного методу перекладу намагатися максимально донести до читача не лише зміст твору, але і його колорит, особливості авторської мови. Уміле використання архаїзмів не тільки не шкідливо, але просто необхідне, незамінне, безцінне під час перекладу старих текстів, бо це найважливіший засіб художнього впливу і важливий арсенал вираження змісту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексєєва І.С. Професійний тренінг перекладача : навчальний посібник з усного та письмового перекладу для перекладачів і викладачів / І.С. Алексєєва. – СПб. : Союз, 2001.
2. Бархударов Л.С. Мова і переклад / Л.С. Бархударов. – М. : Міжнародні відносини, 1975.
3. Винокур Г.О. Про мову історичного роману / Г.О. Винокур. – М. Вища школа, 1991.
4. Гумбольдт В. Вибрані праці з мовознавства / Вільгельм фон Гумбольдт. - М. : Прогрес, 1984.
5. Винокур Г.О. Про мову історичного роману / Г.О. Винокур. – М. Вища школа, 1991.
6. Гальперін І.Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження / І.Р. Гальперін. -- М., 1981.
7. Виноградов В.С. Тимчасова стилізація як перекладацький прийом / В.С. Виноградов. – М., 1997.
8. Скотт В. Айвенго / Вальтер Скотт // Бібліотека класики. – М. : Художня література, 1985.
9. Комісарів В.Н. Лінгвістика перекладу / В.Н. Комісарів. – М. : Міжнародні відносини, 1980.
10. Рецкер М.І. Теорія перекладу і перекладацька практика / М.І. Рецкер // Нарис лінгвістичної теорії перекладу. - М. : Міжнародні відносини, 1974.

Медведева Л. Особенности перевода архаизмов как исторически устарелых единиц.

В статье рассматриваются архаизмы, их виды, функции, которые они выполняют в художественных произведениях. Исследуются варианты перевода архаизмов, переводческие трансформации и проблемы, которые могут возникать при переводе устаревших слов. Рассматриваются наиболее удачные лексические трансформации, встречающиеся в украинских переводах. Предлагается шкала оценки перевода архаических глаголов, которая учитывает передачу их основных функций. Анализируются точки зрения отдельных лингвистов на процесс перевода в контексте межкультурной коммуникации. Выяснено, что архаизмы как элемент отражения действительности имеют большое стилистически экспрессивное значение в текстах различных сфер использования и тематики, передавая особый оттенок значения, и благодаря своему историческому подтексту формируют специфический экспрессивный фон.

Ключевые слова: *архаизм, перевод, транслитерация, понятие, историзм, соответствие, адекватность, эквивалентность.*

Medvedeva L. The Peculiarities of Archaisms as Historical Words Translation.

The article highlights archaisms, their types, stylistic functions that they perform in works of art. The ways of the translation of archaisms, translation transformations and issues that may arise in the translation of old words are analyzed. It concerns the most successful lexical transformations which occur in Ukrainian versions of archaic verbs translation. We suggest scale for evaluating their translation, which takes into account their main functions. We also define main tendencies for translating archaisms. It was found that the archaisms as part a reflection of reality have reasonable stylistically expressive meaning in texts using a variety of areas and topics, conveying a special shade of meaning and because of its historical connotations form a specific expressive form background.

Key words: *archaism, translation, transliteration, concept, historicism, correspondence, adequacy, equivalency.*

*Ірина Місягіна
(Івано-Франківськ)*

УДК 17.035.3:81:39

ТОЛЕРАНТНІСТЬ У ПАРЕМІЙНИХ ОДИНИЦЯХ УКРАЇНСЬКОГО ТА АНГЛІЙСЬКОГО ЕТНОСІВ

Проаналізовано явище толерантності в паремійних одиницях англійського та українського етносів. Описано комунікативний та лінгвокультурний аспекти функціонування толерантності у паремійних одиницях обох етносів та виявлено її взаємозв'язок із максимами кооперативного спілкування. Здійснено порівняльний аналіз явища толерантності у паремійних одиницях на основі специфіки відображення ними максимумів Кількості, Якості, Відношення та Способу Вираження. Доведено, що степінь дотримання постулатів спілкування є культурно обумовленою у англійському та українському етносах, про що свідчить нерівномірна кількість знайдених паремій, їх смислове навантаження та інтенсивність. Визначені риси, що характеризують толерантну комунікативну особистість та здійснено їх порівняльний аналіз у англійському та українському етносах. Вказані основні навички комунікативної особистості, що впливають на ведення толерантної комунікації.

Ключові слова: толерантність, толерантна мовленнєва комунікація, толерантна комунікативна особистість, Принцип Кооперації, максими спілкування, паремійна одиниця.

Феномен толерантної комунікації об'єктивно відображений у паремійних одиницях будь-якої мови. Народна мудрість та досвід спілкування попередніх поколінь розкривають основні загальноприйняті правила, норми та установки, що сприяють веденню толерантного спілкування. Ці правила є свідченням комунікативної компетенції людей і визначають їх поведінку під час толерантної комунікації.

Постановка проблеми. Паремії завжди відображають найважливіші та найбільш значимі фактори та константи комунікативної поведінки певного народу, як наприклад, толерантне ставлення до співрозмовника. На сьогодні вивчення феномену толерантності обмежувалось лінгводидактичними [7], комунікативно-прагматичними [1] та лінгвокогнітивними [14] розвідками, проте для здійснення комплексного дослідження необхідним вважаємо проведення порівняльного аналізу явища толерантності у паремійних одиницях англійського та українського етносів, що дасть можливість та доступ до глибшого розуміння універсальних механізмів відображення цього явища у картині світу обох етносів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Толерантність як об'єкт дослідження обрали такі вітчизняні та зарубіжні лінгвісти-науковці як, І.А. Стернін [8; 9], С.Г. Тер-Мінасова [10], Н.І. Формановська [11], А.Д. Шмельов [14], Ф.С. Бацевич [1], М.Я. Димарский [5], І.І. Просвіркина [7], Н.А. Бусова [3], І. Борисова [2], В.Ю. Хотинец [12]. Толерантна мовленнєва комунікація – це «мовленнєва форма взаємодії людей, яка при передачі інформації, спонукання до дії, вираженні почуттів, емоцій бере до уваги переконання адресата, розуміє та поважає культурні цінності адресата, не допускає жодних форм мовної агресії» [7, с. 25].

Особливістю толерантної комунікації є те, що спілкування між людьми у будь-якому випадку спрямоване на уникнення конфлікту цілей, установок та бажань комунікантів, навіть за умови невідповідності їх картин світу.

Феномен толерантності по-різному відображений у мовній картині світу різних етносів. Толерантність як феномен притаманний англомовному західному світу є лакунарним, для прикладу, у російській свідомості. На відміну від англійців, які будь-якими способами намагаються уникнути конфліктів, росіяни не намагаються уникнути конфліктних ситуацій. В умовах відмінності у поглядах для росіян характерна певна безкомпромісність. Для східного сприйняття компроміс межує з безпринципністю, а терпимість сприймається як негативна риса характеру. Нетерпимість до чужої точки зору супроводжується перенесенням такого негативного відношення на людину-носія іншої точки зору. Дискусія росіян носить некооперативний характер, оскільки, на відміну від англійців, які намагаються відкрито не висловлювати свою незгоду із висловленим, росіяни ідуть на відкрите протиріччя та допускають категоричне

вираження незгоди [9, с. 99-215]. До інакомислення росіяни відносяться надзвичайно негативно, вираження незагальноприйнятої точки зору зазвичай викликає нерозуміння та ворожість.

Англіїці ж, навпаки, мають дуже низьку степінь вираження критики, негативного відношення, конфліктності тематики та незгоди із співбесідником. Т.В. Ларіна вказує, що комунікативна дистантність, неімпозитивність (недопустимість здійснення прямого впливу на співрозмовника), комунікативна непрямота (непрямолінійність, некатегоричність, песимізм та суб'єктивність) є домінантними рисами поведінки англійців, які формуються через використання стратегій негативної ввічливості [6]. Ці стратегії ґрунтуються на дотриманні одного з основних принципів англійської етнокультури – „автономії особистості”, що полягає в соціальному дистанціюванні, повазі до особистої автономії, пом'якшенні впливу на адресата.

Стосовно українського етносу, припускається, що толерантність виступає «важливою передумовою успішного процесу спілкування, закріплена у ментальній концептосфері українського народу, відображена у прислів'ях та приказках, сентенціях та афоризмах, в етикетних конструкціях, поведінкових приписах вихованої людини» [13, с. 61-62].

Отже, **метою** даної статті є описати комунікативний та лінгвокультурний аспекти функціонування толерантності у паремійних одиницях англійського та українського етносів та виявити її взаємозв'язок із максимами кооперативного спілкування.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Здатність використовувати в процесі мовленнєвого спілкування толерантний досвід, вибирати найефективніші для досягнення розуміння засоби характеризують толерантну особистість.

Толерантна комунікативна особистість – «учасник толерантного комунікативного акту, реально діючий, здатний застосовувати в процесі мовленнєвого спілкування вербальні та невербальні засоби, які дають можливість досягти взаєморозуміння учасників даного акту» [7, с. 79].

Толерантна комунікативна особистість є одним із виявлень мовної особистості, обумовленим сукупністю рис, необхідних для ведення толерантної комунікації, наприклад, **справедливе відношення до людей** : «Як стукне, так і грюкне», «Як гукнеш, так і відгукнеться», «Який голос, такий і відголос», «Який «добридень», таке й «доброго здоров'я», «As you sow, so you reap», «Kindness begets kindness», «Do unto others as you would others do unto you»; **спрямованість на консенсус** («Де згода, там вигода», «Згода дім будує, а незгода руйнує», «A bad compromise is better than a good lawsuit», «Many can argue – not many can converse»); **повага до старших** («Діти батька не вчать»); **покірність та терплячість** («Покірної голови меч не йме», «Patience is a virtue», «Speak when you are angry – and you'll make the best speech you'll ever regret», «Honey catches more flies than vinegar», «If you are patient in one moment of anger, you will avoid 100 days of sorrow»); **ввічливість** («All doors open to courtesy», «Civil denial is better than a rude grant», «Politeness costs little, but yields much», «Courtesy costs nothing»).

Риси, що характеризують толерантну комунікативну особистість, формуються в процесі здобуття толерантного досвіду, тобто вмінням вибирати комунікативний код та когнітивний діапазон спілкування, а також ефективно застосовувати норми та правила толерантної комунікації: (1) добре володіти темою розмови: «Не кажи те, що знаєш, а завжди знай те, що кажеш»; (2) усвідомлювати, що до різних людей треба мати різний підхід, різне ставлення, залежно від вимог ситуації: «Different strokes for different talks»; (3) усвідомлювати шкоду, яку можна нанести нетолерантним спілкуванням: «Язык, язиче, в мене сидиш, а мені добра не зичиш», «Язичку, язичку! Маленька штучка – велике лихо робиш!», «Вода все сполоще, злого слова – ніколи», «Гостре словечко коле сердечко», «Слово не стріла, а глибше ранить», «Рана загойтється, але зле слово - ніколи», «Many words hurt more than swords», «More is done with words than with hands», «The pen is mightier than the sword», «The tongue wounds more than a lance», «There is no venom like that of the tongue», «Walls have ears, shoes have tongues».

В українських пареміях шкода від слова асоціюється із лихом, гострою зброєю (ніж, стріла), раною, а в англійських – мечем та списом: (1) надавати пріоритетність мовчанню у деяких ситуаціях: «В закритий рот муха не влізе», «Дурний як мовчить, то за мудрого уходить», «Мовчанка не пушить і черева не дме», «A close mouth catches no flies», «A silent fool is counted wise», «A still tongue makes a wise head», «Least said soonest mended»; (2) підтримувати рівновагу між говорінням та мовчанням/слуханням: «Менше говори-більше почувеш», «Think

first and speak afterwards», «The great thing is to know when to speak and when to keep quiet», «Be swift to hear, slow to speak».

Паремії про мовчання українського та англійського народів свідчать про те, що потрібно менше говорити, або й взагалі мовчати, та більше слухати, особливо тим, хто не володіє інформацією; добре обдумати свою відповідь перед тим, як її озвучити, і знаходити підходящий момент для своєї відповіді: усвідомлювати необоротність слова: *«Скажеш – не вернеш, напишеш – не зітреш, відрубаси – не приточиш», «Слово не горобець, назад не вернеш», «Слово вилетить горобцем, а вернеться волом», «Слини не підхопиш, а слова назад не вернеш», «Сказаного і сокирою не вирубаєш», «A word spoken is past recalling».*

Велика кількість паремій про необоротність слова свідчить про надзвичайну актуальність цієї ознаки для українського народу, і порівняно меншу для англійського народу: намагатися зробити розмову приємною: *«Тоді дорога спішна, коли розмова втішна», «A soft answer turns away wrath», «Kind words are the music of the word», «Almost never killed a fly», «Use soft words and hard arguments», «Fair words break no bones», «Soft fire makes sweet malt».*

Очевидно, для англійців комфортне спілкування відіграє важливу роль, про що свідчать паремії, в яких м'які та добрі слова порівнюються із музикою, визначаються засобами, що допоможуть погасити гнів та уникнути критики співрозмовників: уникати багатослів'я та намагатися зробити розмову зрозумілою для інших: *«Багато галасу даремно», «Де багато слів, там мало діла», «Діла на копійчку, а балачок на карбованець», «Меле як порожній млин», «Городить таке, що й на вуха не налазить», «Городить таке, що й купи не тримається», «A tattler is worse than a thief».*

Український та англійський народ має досить негативне відношення до багатослівної пустої балаканини, а також невиконаних обіцянок (*«Казав пан – кожух дам, та слово його тепле», «Краще не обіцяти, як слова не додержати», «Promises are like pie crust».*

Крім цього, Ф. Бацевич виділяє також низку констант толерантного міжособистісного спілкування, під час якого українці повинні ухилитися від конфлікту, уникати пригнічення співбесідника, бути обережним до комунікативної тактики, враховувати критику адресата [1, с. 114].

Цікавим також є відношення українського та англійського етносів до правил та норм спрямованих на досягнення кооперації, оскільки співпраця під час спілкування є необхідною передумовою досягнення толерантності. Принцип Кооперації, введений Г.П. Грайсом [4], полягає в тому, що комунікативний вклад кожного учасника діалогу на певному етапі повинен відповідати спільній цілі діалогу. На основі Принципу Кооперації вчений виокремив категорії (Кількості, Якості, Ставлення, Способу) та постулати, яких необхідно дотримуватись для забезпечення успішної та ефективної комунікації. Ф.С. Бацевич стверджує, що ступінь дотримання постулатів може варіюватись у межах різних лінгвокультур, маючи різний ідіоетнічний вияв [1].

Категорія Кількості вимагає, що учасники комунікації висловлювались достатньо інформативно, тобто, щоб інформації було в необхідній кількості на певному етапі спілкування, а не більше чи менше.

Український народ є досить чутливим до надмірної інформативності повідомлення, про свідчать паремії *«Меле, як порожній млин», «Язык йому на веретені ходить», «Язык без кісток: що хоче, те й лопоче», «Хоч базіка, хоч деркач, - хоч не в лад, а деренчать», «Заторохтіла Солоха, наче бочка з горохом».* У них надмірна інформативність описується дієсловами на позначення швидких повторюваних рухів: *«молоти», «лопотати», «деренчати», «торохтіти», «ходити веретеном».* В англійських пареміях комуніканти, яким притаманна надмірна балакучість, порівнюються із негативними феноменами суспільства, наприклад, крадіями, злодіями чи неробами: *«A tattler is worse than a thief», «Great talkers are little doers»* та *«Loose lips sink ships».*

«Надвоє баба ворожила: або вмре, або буде жива», «Казала Настя, як удасться», «Правду баба казала, коли не брехала» - паремії, що виражають нетерпимість українців до недостатньої інформативності повідомлення. Англійських паремій, які б описували відношення англійців до недостатньо інформативного повідомлення не було знайдено. Очевидно, це є свідченням того, що англійці не вважають недостатню інформативність повідомлення серйозною перешкодою до здійснення комунікації.

Категорія Якості передбачає дотримання норми правдивості, тобто інформація, що надається повинна відповідати дійсності. Про нетолерантність до порушення цієї Категорії свідчать українські паремії: «Бійся не того собаки, що бреше, а того, що лащитьяся», «Інший в ноги кланяється, а за п'яти кусає», «На язичі мід, під язиком лід», «М'яко стеле, та твердо спати», «У вічі, як лис, а за очі, як біс», «Слова ласкаві, та думки лукаві».

Ф.С. Бацевич стверджує, що максима відвертості у спілкуванні росіян експлуатується активніше, ніж у спілкуванні українців. В українських пареміях більшою мірою підкреслюється важливість обережності суджень (Говори, та не проговорися; Говори, та назад оглядайся) [1].

Паремії «*Honesty is the best policy*» та «*Tell the truth and shame the devil*» свідчать про чутливість англійського етносу до дотримання правдивості повідомлення.

Категорія Ставлення виражена в українських пареміях «Я йому про цибулю, а він мені про часник», «Ти йому про Тараса, а він тобі півтораєста», «Ти йому печене, а він тобі смажене», «Її каже овес, а вона каже гречка», «Ти йому про діло, а він тобі про козу білу», «Я йому про індики, а він мені про кури дику», «Бовкнув, як дурень у воду», «На городі бузина, а в Києві дядько». Англійських паремій, які б описували категорію Ставлення, не було знайдено.

Категорію Спосіб Вираження характеризує ясність та послідовність у висловлюваннях: «Городить таке, що й купи не тримається», «Городить таке, що й на вуха не налазить», «*Call a spade a spade*», «*Fine words butter no parsnips*». Хоча паремії, що пов'язані із категорією Спосіб вираження, можна знайти в обох мовах, можна стверджувати, що український етнос є більш чутливим до порушення цієї категорії, оскільки українські паремії є більш категоричними та інтенсивними по змісту. Англійські ж паремії мають більш неупереджений характер, функціонуючи, радше, як обережні поради, а не вираження негативного відношення до непослідовності у мовленні.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, можна стверджувати, що ступінь дотримання постулатів спілкування є культурно обумовленою у англійському та українському етносах, про що свідчить нерівномірна кількість знайдених паремій, їх смислове навантаження та інтенсивність. Категорії Ставлення та Кількості (недостатня інформативність повідомлення) у спілкуванні українців експлуатується набагато активніше, ніж у комунікації англійців. Очевидно, це означає, що англійська культура є більш «толерантною» до порушення саме цих категорій та постулатів, адже англійці, яким притаманний феномен *small talk* чи характерні розмови про погоду, повинні б відноситися до недостатньої інформативності повідомлення, безперечно, не так категорично, як українці, для яких відвертість та щирість є культурно обумовленими рисами. Перспективами подальших досліджень могли б стати наукові розвідки феномену толерантності у лінгво-когнітивному аспекті у площині фреймового та концептуального моделювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Лінгвокультурні аспекти комунікативної толерантності / Ф. Бацевич // Соціогуманітарні проблеми людини – 2010. – № 5. – С. 108-119.
2. Борисова И. Русский разговорный диалог: зоны толерантного и нетолерантного общения / И. Борисова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2003. – С. 371-396.
3. Бусова Н.А. Толерантность – констатация факта или идеал? / Н.А. Бусова // Толерантность как культурная универсалия : сб. ст. – Харьков, 1996. – С. 49-50.
4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16 – С. 217-237.
5. Дымарский М.Я. Принцип толерантности и некоторые виды коммуникативных неудач / М.Я. Дымарский // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации. - Екатеринбург, 2004. – С. 78-84.
6. Ларина Т.В. Доминантные черты английского вербального коммуникативного поведения / Т.В. Ларина // Филологічні науки. – 2007. – № 2. – С. 71-81.
7. Просвиркина И.И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации / И.И. Просвиркина. – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2006. – 247 с.
1. Стернин И. Толерантность и коммуникация / И.А. Стернин / Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2003. – С. 331-344.
8. Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение / И.А.Стернин, Ю.Е. Прохоров. – [3-е изд., испр.] – М. : Флинта ; Наука, 2007. – 238 с.
9. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

10. Формановская Н.И. Ритуалы вежливости и толерантность / Н.И. Формановская // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2003. – С. 345–362.
11. Хотинец В.Ю. Этническая идентичность и толерантность / В.Ю. Хотинец. – Екатеринбург, 2002. – 121 с.
12. Шабат-Савка С.Т. Толерантне спілкування як спосіб вираження комунікативних інтенцій [Текст] / С. Шабат-Савка // Мандрівець. – 2010. – № 6. – С. 59-63.
13. Шмелев А.Д. Терпимость в русской языковой картине мира / А.Д. Шмелев // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2003. – С. 111-125.

Мисягина И. Толерантность в паремиологических единицах украинского и английского этносов.

В статье проанализировано явление толерантности в паремиологических единицах английского и украинского этносов. Описаны коммуникативный и лингвокультурный аспекты функционирования толерантности в паремиологических единицах обоих этносов и выявлена ее взаимосвязь с максимами кооперативного общения. Осуществлен сравнительный анализ явления толерантности в единицах паремий на основе специфики отражения ими максим Количества, Качества, Отношения и Способа Выражения. Доказано, что степень соблюдения постулатов общения является культурно обусловленной в английском и украинском этносах, о чем свидетельствует неравномерное количество найденных паремий, их смысловая нагрузка и интенсивность. Определены черты, которые характеризуют толерантную коммуникативную личность, и осуществлен их сравнительный анализ в английском и украинском этносах. Указаны основные навыки коммуникативной личности, которые влияют на ведение толерантной коммуникации.

Ключевые слова: толерантность, толерантная речевая коммуникация, толерантная коммуникативная личность, Принцип Кооперации, максимы общения, паремиологическая единица.

Misiagina I. Tolerance in Paremiological Units of the Ukrainian and English Ethnic Groups.

The phenomenon of tolerance in paremiological units of the Ukrainian and English ethnic groups is analyzed in the article. Communicative and linguo-cultural aspects of tolerance in paremiological units of the ethnic groups are described and its connection with the Maxims of Cooperation is revealed. Comparative analysis of tolerance in paremiological units is conducted on the basis of their describing the Maxims of Quantity, Quality, Relation and Manner. It was stated that the degree of observing conversational postulates in the Ukrainian and English ethnic groups is culturally specified. The proof of this can be found in the uneven quantity of the selected paremiological units, their meaning and intensity. Features characterizing a tolerant communicative personality are defined and their comparative analysis in the Ukrainian and English ethnic groups is performed. Significant skills of a communicative personality which influence tolerant communication are distinguished.

Key words: tolerance, tolerant communication, tolerant communicative personality, Principle of Cooperation, conversational maxims, paremiological unit.

Тетяна Олійник
(Київ)

УДК 413.13(43)

СЕМІОТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

У статті показано, що семіотичний підхід враховує різні аспекти філологічного, лінгвістичного, комунікативного та інших підходів до перекладу. Розглянуто вчення С. Найди про соціосеміотику, П. Ньюмарка про функції мови, соціосеміотичну теорію мови М. А. К. Халлідея та семіотичний підхід до значення Ч. Морріса. Доведено, що соціосеміотичний підхід є необхідним для перекладу художньої літератури, оскільки пропонує по-новому розглянути авторський стиль і стиль тексту, діалектичний зв'язок між мовною формою і художньою реальністю, організацію художнього дискурсу. Унікальність підходу полягає у здатності виявити різні функції мовного середовища художньої прози.

Ключові слова: семіотичний підхід, соціосеміотичний підхід, мова-джерело, цільова мова, значення, стиль твору, авторський стиль, функції мови, художній дискурс.

Постановка наукової проблеми. Упродовж останніх десятиліть розробки в галузі трансформаційної граматики, загальної й порівняльної лінгвістики, семантики, теорії інформації, антропології, семіотики, психології та аналізу дискурсу великою мірою вплинули на загальну теорію перекладу. Це дало змогу розширити сфери дослідження дисципліни і розвинути концепцію відповідності передачі інформації між мовними і культурними системами. Відомо, що дихотомію між буквальним і вільним перекладом було замінено різними лінгвістично-орієнтованими сучасними опозиціями: “формальні” відповідники / “динамічні” відповідники (Є. Найда), “формальні відповідники” / “текстова еквівалентність” (Дж. Катфорд), “семантичний” переклад / “комунікативний” переклад (П. Ньюмарк).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом більше уваги було приділено процесу перекладу. Акцент зроблено на рівноцінну реакцію читача цільової мови. Такі нові погляди на теорію, а також вагомі напрацювання у порівняльних дослідженнях конкретних мов сприяли розумінню та оволодінню технікою і майстерністю перекладу [6]. Однак, вони видаються недостатніми, коли йдеться про переклад художньої прози. Перекладачів художньої літератури не задовольняють повністю дослідження із сучасної лінгвістики.

У порівняльному літературознавстві дедалі більше вчених стурбовані проблемою, що перекладу художньої прози як літературного жанру приділено недостатньо уваги. Шен Д., зокрема, підкреслює необхідність застосування літературної стилістики до перекладу художньої прози, що є значним внеском у вивчення художнього перекладу. Це вмотивовано тим, що конкретні проблеми, пов'язані з перекладом художньої літератури, такі як “оманлива еквівалентність”, можуть бути ефективно вирішені шляхом введення стилістичного аналізу. Спроба дослідника ввести літературну стилістику у переклад художньої літератури заслуговує на увагу, проте характер художнього перекладу не може бути обмежений літературно-стилістичним аналізом, який розглядає стиль тільки як штучно або тематично мотивований вибір і фокусується на перекладі особливостей переднього плану у художній прозі. “Оманлива еквівалентність” — не єдина проблема, яка виникає у процесі перекладу художньої літератури.

Прийнято вважати переклад художньої літератури складним процесом, що зазнає впливу різних чинників, як-от: переклад має бути орієнтованим на вихідну мову; переклад має бути орієнтованим на цільову мову; оригінал має бути адаптований для певних прагматичних цілей; оригінал не має бути адаптований для певних прагматичних цілей. Українська та англійська художня література не тільки написані різними мовами, але і представляють різні культури. Тому слід звернути особливу увагу не тільки на певні своєрідні способи, якими мова створює естетичний ефект в українській мові, і методи, які використовуються для досягнення виражальної тотожності в англійській, але й отримати уявлення про культурно-соціальні цінності в перекладі художньої літератури. Однак літературно-стилістичні і мовні підходи не в змозі повною мірою визначити природу художнього перекладу. Найкращим сучасним підходом до вивчення перекладу художньої літератури є соціосеміотичний підхід, який покликаний вирішити проблеми всіх аспектів художнього перекладу. **Мета нашої статті** — довести необхідність введення соціосеміотичного підходу до перекладу художньої літератури.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. На нашу думку, переклад художньої літератури є набагато складнішим і тривалішим, ніж переклад інших жанрів, оскільки він має справу не тільки з двомовним, а двокультурним і двосоціальним перенесенням, включаючи весь комплекс емоцій, асоціацій та ідей, які пов'язують мови різних народів з їхнім способом життя і традиціями.

Переклад художньої літератури охоплює обмін соціальним досвідом людей в уявному світі з читачами іншої культури. У процесі художнього перекладу нами виділено соціальний і авторський (авторський індивідуалізм) чинники. Два види стилів (авторський стиль і стиль тексту) стосуються як соціальних, так і авторських чинників художнього тексту і відрізняють один твір від іншого. Таким чином, відтворення стилю (стилів) вважається основою в перекладі художньої літератури. Важливим завданням перекладача художніх творів є дослідити і стиль

твору, і авторський стиль, визначивши, як доноситься інформація про суспільне життя, людські стосунки та ін.

Відомо, що художня проза має набагато більший суспільний вплив, ніж інші жанри. Бестселер може мати мільйони читачів, іноді популярні романи адаптують у фільмах — це ще більше розширює аудиторію прихильників. Збільшити масштаб соціального впливу — мета письменників. Переклад художньої літератури має великомасштабний соціальний вплив, і саме тому зростає обсяг перекладу художньої літератури іншими мовами.

Слід наголосити, що переклад художньої літератури залежить від різних чинників, у тому числі естетичних уподобань, історичних та культурно-соціальних обставин, авторського індивідуалізму, світогляду автора. Відтворення стилю розглядається в якості основного. Жоден із окремо взятих підходів (мовний, комунікативний, філологічний) не може охопити всі особливості художнього перекладу. Хоча запровадження літературної стилістики в перекладі художньої літератури виявляє нові перспективи у вивченні художнього перекладу, зазначаємо, що стилістичний аналіз, хоч і обмежений вивченням перекладу стилю тексту має ширші сфери, пов'язані із соціальними, культурними та ідеологічними чинниками. Соціосеміотичний підхід враховує різні аспекти філологічного, лінгвістичного, комунікативного та інших підходів до перекладу.

Детальніше розглянемо особливості досліджуваного підходу. Є. Найда, американський перекладач Біблії, добре відомий своїми роботами із семантичної структури та теорії перекладу. Його коментарі про соціосеміотику дуже позитивні й пролили світло на природу соціосеміотичного підходу. Він зазначав, що повне розуміння процесу перекладу можна знайти в соціосеміотиці, дисципліні, яка розглядає всі системи знаків, які використовує людство. Великою перевагою семіотики перед іншими підходами до міжмовної комунікації є те, що вона має справу з усіма видами знаків і кодів, особливо з мовою як найбільш складною з усіх знакових систем, що використовуються людиною. Жоден цілісний підхід до перекладу не виключає семіотику як фундаментальну дисципліну в кодуванні і декодуванні знаків [5].

Соціосеміотичний підхід допомагає краще зрозуміти не тільки зміст слів, речень і дискурс структури, а й символічний характер відмінності між десигнативними та асоціативними значеннями.

Теоретичною основою соціосеміотичного підходу є соціосеміотична теорія мови М. А. К. Халлідея. Він підкреслює єдність тексту (мови), контексту (мовного чи немовного) і соціальної структури, відстоює думку, що мова є унікальною системою знаків із соціальною функцією, здатною виразити значення усіх інших знакових систем. Науковець пропонує класифікацію функцій мови, виокремлює ідейну, міжособистісну і текстову функції [див.: 2;3].

Класифікація П. Ньюмарка функцій мови на виразну, інформаційну, кличну, естетичну, фатичну та метамовну функції значно перевершує класифікацію М. А. К. Халлідея [4]. Також відомий семіотичний підхід Чарльза Морріса до значення. Він розглядає знак як тристоронню єдність і класифікує значення в трьох вимірах семантики, синтаксису і прагматики, а саме десигнативне / референтне значення, мовне значення і прагматичне / асоціативне значення. Найбільш суттєвою частиною цього підходу є те, що соціальна семіотика не тільки ідентифікує себе з тим, що люди говорять, роблять і як вони це роблять, але і фокусується на тому, коли (в якому контексті) і чому, тобто розглядає масштабні соціальні наслідки таких слів і дій [1].

Соціосеміотичний підхід до значення може бути застосований до перекладу художньої літератури. Переклад художніх творів не тільки відтворює повідомлення, а й стиль, тобто спосіб, в якому повідомлення передається. Згідно з соціосеміотичною теорією, словесні знаки мають три типи значення: десигнативне значення, яке вказує на зв'язок між словесними знаками і їх референтами, мовне значення, яке вказує на відносини між знаками, і прагматичне значення, яке вказує на зв'язок між словесними знаками та інтерпретантами. Текст може одночасно мати три типи значень, два чи тільки один тип значення.

Чітке розмежування цих трьох значень допомагає перекладачам художньої літератури встановити стиль художнього твору. Вивчаючи вибір автора слів і моделей речень, перекладачі художньої літератури можуть мати чітке уявлення про десигнативне і мовне значення, і таким чином можуть краще відтворювати стиль тексту оригіналу, досліджуючи задум автора, інтерпретацію читача і потенційні соціальні наслідки твору. Перекладачі можуть встановити прагматичне значення, яке вказує на зв'язок між автором і читачем. Отже, можуть правильно відтворити авторський стиль оригіналу.

Згідно із соціосеміотичним підходом, текст є семантичною одиницею, яка має значення і виконує певну функцію. Це продукт, тому що він синтезований і може бути представлений системно. Крім того, це процес вибору семантичних варіантів, рух через мережу потенційних значень. Класифікація П. Ньюмарка функцій мови підходить для дослідження єдності значення, стилю та функцій в перекладі художньої літератури. Він виділяє шість функцій мови:

1. Експресивна функція. Ядро експресивної функції – думка автора, його світогляд і наміри художньої прози.

2. Інформаційна функція. Ядро інформативної функції мови — зовнішня ситуація, факти теми, реальність поза мовою, в тому числі повідомлені ідеї або теорії в художній прозі.

3. Клична функція. Ядро кличної функції мови – читачі, очікувані соціальні наслідки роботи автора.

4. Естетична функція. Ця функція художньої мови призначена, щоб задовільнити почуття і забезпечити сприйняття за допомогою фігур мови, символів, дизайну сюжету та ін.

5. Фатична функція. Ця функція мови пов'язана з мовленням і діалогами у художній прозі, використовується для підтримки дружнього контакту з аудиторією, а не для розповсюдження інформації.

6. Металінгвальна функція. Вказує на здатність мови пояснити, називати і критикувати свої власні особливості. Ця функція рідко пов'язана із мовою художніх творів [4].

Більшість творів художньої літератури можуть містити всі три типи значень та п'ять функцій, згаданих раніше, за допомогою чого перекладачі можуть легко і ретельно проаналізувати прозовий твір мови-джерела і краще зрозуміти авторський текст і стиль твору, щоб досягнути еквівалентності значення і подібності стилю та функціональності в творі-перекладі.

Увесь процес, пов'язаний з перекладом художньої літератури, досить складний, включаючи кодування письменником повідомлення художньої прози, декодування і перекодування повідомлення перекладачем художньої прози. Повідомлення, в тому числі значення, стиль і функціональність, є те, що письменником бажає передати через твір на прагматичному рівні (намір автора або тема твору), семантичному рівні (вибір слів), синтаксичному рівні (вибір моделі речень та ін.) і дискурсивному рівні (інтеграція останніх трьох рівнів у весь дискурс). Це процес того, як письменник кодує його повідомлення. Те, як перекладач декодує повідомлення, іде в зворотному порядку. Спочатку перекладач стикається з усім дискурсом художньої прози, потім він аналізує його на синтаксичному, семантичному і прагматичному рівнях. Наприкінці перекладач сприймає послання, передане в тексті мови-джерела. Найголовніше в тому, як перекладач повторно кодує повідомлення, яке він сприйняв. Це лежить в основі перекладацької діяльності. Порядок дуже схожий на процес кодування письменником, але використовується інша мова.

Критерії перекладу, що впливають із соціосеміотичного підходу, а саме відповідність за змістом, подібність стилю і функцій, добре підходять для перевірки якості художнього перекладу. Відповідність за змістом — це насправді відповідність десигнативного значення, мовного значення і прагматичного значення; подібність стилю — це подібність авторського стилю і стилю тексту, подібність функцій — це подібність шести функцій, які визначив П. Ньюмарк. Отже, переклад смислів, відображення стилів і функцій повинні спиратися як на лінгвістичний, так і на позалінгвістичний контекст, тобто культуру та суспільство. Кваліфікований перекладач повинен володіти мовною та культурною компетенцією як вихідної мови, так і мови перекладу, намагатися зменшити втрати і спотворення в перекладі. Таким чином можна досягти критеріїв перекладу: відповідності за змістом, схожості стилю і функцій.

Висновки дослідження. Соціосеміотичний підхід є необхідним для перекладу художньої літератури, оскільки пропонує по-новому розглянути авторський стиль і стиль тексту, діалектичний зв'язок між мовною формою і художньою реальністю, організацію художнього дискурсу. Унікальність такого підходу полягає у здатності виявити різні функції мовного середовища художньої прози. **Перспективи подальших наукових розвідок.** Сподіваємося, що ознайомлення перекладачів із соціосеміотикою стане корисним для теорії перекладу художньої літератури, створить належне підґрунтя для застосування методу критики перекладу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Моррис Ч. Основания теории знаков [Текст] / Ч. Моррис // Семиотика: Антология / сост. Ю. С. Степанов;

- изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Академический Проект; 2001. — 702 с.
- Halliday, M.A.K. Explorations in the functions of language [Text] / M.A.K. Halliday. — London: Edward Arnold, 1973.
 - Halliday, M.A.K. On Language and Linguistics [Text] / M.A.K. Halliday. — London: Continuum International Publishing, 2003.
 - Newmark P. A Textbook of Translation [Text] / P. Newmark. — Harlow: Pearson Education Limited, 2008. — 292 p.
 - Nida E. A. The Theory and Practice of Translation [Text] / E. A. Nida, Ch. R. Taber. — Leiden: Brill, 1969.
 - Shen D. Literary Stylistics and Fictional Translation [Text] / D. Shen. — Cambridge University Press, 1996.

Олейник Т. Семиотический подход к переводу художественной литературы.

В статье показано, что семиотический подход учитывает различные аспекты филологического, лингвистического, коммуникативного и других подходов к переводу. Рассмотрены учение Е. Найды о социосемиотике, П. Ньюмарка о функциях языка, социосемиотичну теорию языка М. А. К. Халлидея и семиотический подход к значению Ч. Морриса. Доказано, что социосемиотический подход необходим для перевода художественной литературы, поскольку предлагает по-новому взглянуть на авторский стиль и стиль текста, диалектическую связь между языковой формой и художественной реальностью, организацию художественного дискурса. Уникальность подхода заключается в способности выявить разные функции языковой среды художественной прозы.

Ключевые слова: семиотический подход, социосемиотический подход, язык-источник, целевой язык, значение, стиль произведения, авторский стиль, функции языка, художественный дискурс.

Oliynyk T. Sociosemiotic Approach to Translation of Fiction.

The article shows that the semiotic approach takes into account various aspects of philological, linguistic, communicative, and other approaches to translation. We consider the doctrines of sociosemiotics by E.Nida, of language functions by P. Newmark, sociosemiotic theory of the language by M. A. K. Hallidey and semiotic approach to meaning by Ch. Morris. It is proved that sociosemiotic approach is necessary for translation of fiction as offering a new way to consider the author's style and the style of the text, the dialectical relationship between linguistic form and fictional reality, the organization of fictional discourse. The uniqueness of this approach is in the possibility to distinguish different functions of the language environment of fiction.

Key words: semiotic approach sociosemiotic approach, the source language, the target language, meaning, style, author's style, functions of the language, fiction, discourse.

Людмила Прадівлянна
(Вінниця)

УДК – 81'1:[811.111/.112.2+811.161.1]

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ІМПРЕСІОНІСТИЧНОГО СВІТОБАЧЕННЯ В ХУДОЖНІХ
ТЕКСТАХ КІНЦЯ 19- ПОЧАТКУ 20 СТОЛІТТЯ**

Стаття присвячена аналізу вербальної складової імпресіоністичного ефекту в пейзажних та портретних описах російських, англійських, австрійських та німецьких письменників кінця ХІХ – початку ХХ століття, творчість яких позначено імпресіоністичною тенденцією. У результаті порівняльного дослідження були виявлені та проаналізовані домінуючі мовні засоби, за допомогою яких у різних мовах знайшло своє відображення імпресіоністичне світобачення залежно від екстралінгвістичних факторів (національної специфіки розвитку), а також лінгвістичних чинників (належність мови до певного структурного типу). З'ясовано лексико-семантичні механізми посилення виразності художнього слова, що створює імпресіоністичний ефект.

Ключові слова: художній текст, імпресіоністичний ефект, кольоропис, світлопис, синестезія, візуальна імпресія.

Постановка наукової проблеми. Текст імпресіоністичної спрямованості викликає науковий інтерес передусім як спосіб відображення нового типу мислення, сформованого на межі ХІХ-ХХ століть, коли виникла нова художня мова, покликана відобразити кризу

західноєвропейської культури і формування нової системи цінностей.

Творчість *письменників* імпресіоністичної спрямованості вивчали здебільшого літературознавці літературознавці (В. П. Агеєва, П. Генрі, С. С. Журба, В. Т. Захарова, Ю. Б. Кузнецов, С. М. Пригодій, В. І. Силантьєва та ін.). Основну увагу дослідники зосереджували на ідейному (тематичному) аналізові творів, характеристиці образів, жанровій своєрідності. Однак у контексті багатогранності імпресіонізму формальний, мовний аспект імпресіоністичних текстів залишився недостатньо дослідженим, що позначено на відсутності належної кількості наукових праць, присвячених аналізу імпресіонізму в мовностилістичному ракурсі. Окремі мовні аспекти імпресіоністичної поезики досліджували Л. В. Авдєєва, Т. О. Дегтярьова, Л. П. Іванова, Є. В. Коренькова, І. О. Кривенькова. Водночас саме індивідуально-авторське слово, трактоване і як засіб створення рухомих живописних імпресій, і як спосіб акцентування уваги читача на внутрішньому світі і настрої героя, постає особливо цінним у літературі імпресіоністичного напрямку.

Мета роботи встановити характерологічні риси імпресіонізму як типу художнього мислення через аналіз мовних і мовленнєвих особливостей художніх творів російських, англійських, німецьких і австрійських письменників. *Матеріалом для статті* обрано оригінальні тексти творів російських, англійських, австрійських та німецьких письменників кінця XIX – початку XX століття, у творчості яких виявлено імпресіоністичні тенденції.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

У всіх європейських культурах рубіж XIX-XX століть позначений схожими процесами – кризою традиційних методів як у живописі, так і в літературі, пошуком нових засобів відображення світу. Імпресіонізм став ключовою тенденцією у творчості багатьох тогочасних літераторів і живописців.

Принциповими категоріями імпресіонізму визначено такі, як враження, настрої, пленерність. Ключовими показниками імпресіоністичних текстів виступають: перенесення акценту оповідання в бік «внутрішнього космосу» людини (Ю. Б. Кузнецов), характерними рисами імпресіоністичної поезики стали мальовничість, яка проявилася у вишуканості візуальних картин, фрагментарність, ескізність, зникнення характеру, сюжету, емоційний принцип організації матеріалу [1, с. 171].

Одним з основних формальних показників імпресіонізму стало наповнення текстів портретними та пейзажними візуальними імпресіями. Такі критерії знайшли відтворення в імпресіоністичних текстах на різних рівнях мовної структури і стали підґрунтям для *мовних засобів створення* імпресіоністичного ефекту у візуальних замальовках. До них належать: широке використання лексики світлової і колірної семантики, емоційно й експресивно забарвлена лексика, посилена метафоричність мови, синестезія, синкретичні тропи, індивідуально-авторські оказіональні словосполучення.

За схожості «формальних» компонентів побудови візуальних імпресій імпресіонізм має *різний вияв* у російських, англійських і німецьких художніх текстах, що зумовлено як лінгвістичними, так і екстралінгвістичними чинниками. По-перше, у кожній із досліджуваних у нашій роботі культур імпресіонізм спирався на національні тенденції розвитку і виявився неоднаково:

1) У Росії основними ознаками нового мистецтва були: завищена «кольоровість», декоративність, близькість до традицій реалістичного зображення. Російські тексти вирізняє значна кількість комплексних кольорових, світлових, синестетичних пейзажів.

2) У Великобританії зацікавленість імпресіонізмом була викликана тими можливостями, які він надавав для передавання душевних переживань людини, її настроїв. Здебільшого сферою вияву імпресіонізму стала творчість модерністів. Англійські імпресіоністичні портрети є схожими до портретів, створених російськими письменниками передусім завдяки їх «штриховності», за якої мова йде про зовнішність персонажа. Проте англійські автори подають розгорнені «внутрішні» портрети, у створенні яких ключовим виступає світлопозначення.

3) Імпресіонізм у Німеччині та Австрії отримав теоретичне обґрунтування як одна з течій модерну в роботах мистецтвознавців і літераторів (Р. Гаманн, О. Вальцель, М. Бар). Тексти наповнені внутрішніми монологами, у них використано техніку потоку свідомості. Характеристика зовнішнього середовища, предметів, природи увиразнює психічні стани героїв,

передає їхній настрій. Деякі пейзажні імпресії, однак, відрізняються винятковою декоративністю, орнаментальністю і близькі до зображень у живописі.

Зазначені причини, індивідуальні стильові риси, а також структурні особливості досліджуваних трьох мов пояснюють деякі розбіжності в засобах створення імпресіоністичного ефекту в художніх текстах. Зупинимося на найбільш показових.

Текстовий аналіз російських візуальних імпресій засвідчив, що їх створено здебільшого колоративами яскравих тонів, а також лексемами на позначення світла, у групі яких важливе місце посідають назви світлових джерел. Російські письменники часто використовують словотвірні особливості російської мови, тому в текстах зафіксовано значну кількість суфіксальних дериватів на *-оват*, *-іст*, які вказують на приблизність, неточність ознаки. У процесі дослідження виявлено багато складних прикметників світлової, колірної, емоційної та синестетичної семантики, оказіональні поєднання, семантична ємність яких посилена низкою семантичних перетворень: насичення кольоро- і світлопозначень конотативними смислами за умови зближення в тексті з емотивами або за актуалізації емоційного компонента самого світлопозначення, доповнення візуального компонента тактильним (рідше акустичним, одористичним), посилення колірною або світловим враження динамічними компонентами.

Зазначену лексику автори використовують для створення комплексних колірних, світлових, синестезійних пейзажів, значно рідше – портретів, більшість з яких має характер штрихів, деталей, що нагадують імпресіоністичний мазок.

Німецькі автори – доволі яскраві колористи. Суб'єктивне враження з його приблизністю і неточністю в німецькій мові виражено за допомогою кольоративів на позначення відтінків, суфіксальних дериватів, складних прикметників та композитів із колірними або світловими компонентами, а також оказіональними словосполученнями, що виражають колірні ознаки імпліцитно. Диференціація колірних ознак у композитах колірної або світлової семантики – улюблений прийом німецьких письменників імпресіоністичної спрямованості. Особливістю німецьких ад'єктивних сполучень є значно менша порівняно зі складними російськими та англійськими прикметниками різноманітність світло-компонентів у композитах. Складні прикметники дають змогу авторам передати суб'єктивність, неточність колірною сприйняття, неоднозначність відтінку, слугують засобом художньої образотворчості. Як і в російських текстах, німецькі лексеми колірної семантики рідко зустрічаються в словосполученнях, що диференціюють колористичну ознаку, а також у сполученнях з емотивами.

Словотвірні можливості англійської мови не дозволяють авторам «розмальовувати» світ подібним чином, в їхніх текстах більше базових колоративів. Письменники рідко користуються ад'єктивами на позначення відтінків, надаючи перевагу при диференціації та збагаченні кольору ад'єктивам, що лише імпліцитно вказують на колір, а головне – розгорненій системі словосполучень колірної, світлової, синестетичної та емоційної семантики, що зовсім не характерно для російської та німецької мов.

Аналогічні висновки можна зробити і про використання світлопозначень, які використовують як опорне або модифікувальне слово у занадто розгорненій системі словосполучень світлової, колірної, емоційної, синестетичної семантики. Саме синтагматичне оточення колоративних лексем базових тонів і світлової лексики створює мальовничість англійських імпресіоністичних текстів. Особливо важливою в цьому контексті виступає лексика світла, яка завдяки своїм семантичним ознакам значно посилює експресивність і виразність тексту і уможливорює втілення ідеї імпресіоністичного враження, рухливості й мінливості світу.

Водночас в усіх досліджуваних мовах виразним є процес метафоризації. Імпресіоністична метафора, за А.Ф. Лосєвим, поєднує колірні тони, які традиційно не використовують разом, або традиційно не описують певні реалії [4, с. 52]; однак таке нестандартне використання кольору мотивовано особливостями імпресіоністичного світобачення. Спільною рисою імпресіоністичних візуальних картин стала і синестетична образність, при цьому всі автори надають перевагу дотиково-візуальній синестезії. Найбільш поширеною синестезія виступає в текстах російських письменників, виступаючи водночас і найбільш різноманітною за своїм характером.

Характерною є висока концентрація різноманітних мовних засобів у невеликих уривках тексту, що значно ускладнює аналіз імпресіоністичних творів. Наведемо приклад

імпресіоністичної плернерної замальовки: «*The white man came out of the hut in time to see the enormous **conflagration of sunset** put out by the swift and stealthy shadows that, rising like a black and impalpable vapour above the tree-tops, spread over the heaven, extinguishing the crimson glow of the floating clouds and the **red brilliance of departing daylight***» [6, с. 279]. Мальовнича імпресіоністичність представленої замальовки виявилася в її кольоровій та світлової насиченості. Як на полотнах художників, світло і його ефекти стають головними об'єктами опису. Сонце, що сідає, все ще яскраво палає і охоплює весь небосхил (красу останнього додатково увиразнює поетичне слово *heaven*) величезною пожежею. Словосполучення *enormous conflagration of sunset* активізує також фонові знання та імпліцитно вказує на яскраві жовто-червоно-малинові колірні тони, які далі унаочнено в сполученні *crimson glow of the floating cloud*, що вказує одночасно на імпресіоністичну рефлексію кольору. Образ прийдешньої ночі рухливий і персоніфікований (*swift, stealthy*). Більше того, у контексті всієї повісті представлений пейзажний опис набуває символічного значення, оскільки проводить відповідні паралелі з життям і внутрішнім станом головного героя.

Приклад портретної імпресії з німецької мови: «*Fräulein Margarethe sitzt in ihrem Zimmerchen mit der kühlen Oktoberluft, den dunkelbraunen Tapeten mit den tausendgepressten goldenen Chrysanthemen und dem staubigen hellbraunen Thonofen mit den Goldlinien. Auf ihrem Antlitz liegen die Farben des «pleinair»*» [5, с. 41]. Портрет дівчини подано на тлі кімнати, яка «намальована» в коричнево-золотистих тонах, які корелюються із колірною гамою жовтня. Словосполучення *mit der kühlen Oktoberluft* відтворює не лише тактильну характеристику прохолоди, але й асоціативно викликає візуальні, колористичні образи. У запропонованому прикладі особливої експресивності набуває метафора: *Auf ihrem Antlitz liegen die Farben des «pleinair»*. Пленер – це живописна техніка зображення людей і предметів на тлі природного світла, яку часто використовували художники-імпресіоністи. У наведеному портретному описі створено колористично насичену імпресію.

Приклад імпресіоністичної синестезії: «*Солнце вставало пламенным и пахучим, глубокими ароматами дымились луга под ним, и скаты розовели, окровавившись «зарей», медвяно-липкой пурпурной травкой*» [2, с. 80]. Зорові образи – сонця, луку, трави – зазнають декількох метафоричних переносів. Традиційний образ – *пламенное солнце*, який одночасно містить семи температурного і зорового сприйняття та експлікує жовто-червоні тони. Незвичайний образ *пахуче солнце* актуалізує меліоративну емоційну конотацію і активізує уяву читача, який розуміє, що так пахне нагріта земля. Аналогічно метафоризовано зоровий образ луки за допомогою іншого дотиково-одористичного перенесення *глибокі аромати*, що набуває значення «вичерпно насичений ароматами повітря», при цьому повітря отримує нову візуальну характеристику – непрозорість: воно димить над луками. Такі синестетичні картини, в цілому характерні для текстів імпресіоністичної спрямованості, активізують всю сенсорну систему і уяву читача.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Аналіз вербальної складової літературно-художніх течій представляє певний науковий інтерес, тому що дозволяє точніше інтерпретувати літературні твори і повніше виявити їх художню цінність. Все вищезазначене дає змогу скласти уявлення про вияв імпресіоністичного світобачення в лінгвістичному аспекті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев Л. Г. Импрессионизм / Леонид Григорьевич Андреев. – М. : Из-во Моск-го ун-та, 1980. – 250 с.
2. Зайцев Б. К. Осенний свет: Повести, рассказы / Б. К. Зайцев. – М. : Советский писатель, 1990. – 544 с.
3. Кузнецов Ю. Б. Импрессионизм в українській прозі кінця XIX – початку XX ст. (проблеми естетики і поетики): автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.01; 10.01.06 / Кузнецов Юрій Борисович; Нац. акад. наук України, Ін-т л-ри ім. Т. Г. Шевченка. – К., 2004. – 40 с.
4. Лосев А. Ф. Проблема вариативного функционирования живописной образности в художественной литературе / Александр Федорович Лосев // Литература и живопись. – Л. : Искусство. – 1982. – С. 31-65.
5. Altenberg Peter. Gesammelte Werke in fünf Bänden. – Band I. Expedition in den Alltag. Gesammelte Skizzen 1895-1898. – Herausgegeben von Werner J. Schweiger / Peter Altenberg. – Wien und Frankfurt: Löcker/S.Fischer, 1987. – 390 s.
6. Conrad J. The Lagoon // Joseph Conrad. Tales of Unrest. – London : Eveleigh Nash & Grayson Ltd. – P. 272-297.

Прадивлянная Л. Вербализация импрессионистического мировидения в художественных текстах конца XIX – начала XX века.

Статья посвящена исследованию вербальной составляющей импрессионистического эффекта в пейзажных и портретных описаниях русских, английских, австрийских и немецких писателей конца XIX – начала XX века, в творчестве которых проявилась импрессионистическая тенденция. В результате сопоставительного исследования были выявлены и рассмотрены доминирующие языковые средства, с помощью которых в разных языках нашло свое отражение импрессионистическое мировидение в зависимости от экстралингвистических (национальной специфики развития), а также лингвистических факторов (принадлежность языка к определенному структурному типу). Проанализированы лексико-семантические механизмы усиления выразительности художественного слова, приемы цветописи, светописи и синестезии как ключевые элементы импрессионистических описаний.

Ключевые слова: художественный текст, импрессионистический эффект, цветопись, светопись, синестезия, визуальная импрессия

Pradivlyanna L. Verbal Constituent of the Impressionistic Outlook in the Texts of the late XIX - early XX century.

The article focuses on the study of the verbal constituents of impressionistic effect in the works of Russian, British, German and Austrian authors of the late XIX – early XX century who are renowned for the use of impressionistic technique in their writings. The author identifies and analyzes both extra-linguistic (national identity), and linguistic factors (language belonging to a particular structural type) of impressionistic effect in the Russian, English and German texts and studies lexical units of color and light semantics, synesthesia as the formal features of impressionistic descriptions which are used to evoke subjective and sensory impressions.

Key words: impressionistic effect, vocabulary of color and light semantics, synesthesia, visual impression

Nicolas Chabinski
(Луганськ)

УДК 811.133.1:81'373.45

LES ARABISMES COMME UN MOYEN D'OPTIMISATION DES COURS UNIVERSITAIRES DU FRANÇAIS POUR LES ETUDIANTS ARABOPHONES

Шабінський М. Арабізми як засіб оптимізації процесу навчання французькій мові арабомовних студентів. У статті розглянуто студії французьких і арабських лінгвістів щодо історії і механізмів проникнення арабських запозичень у французьку мову, а також визначено те місце, яке ці запозичення займають у словниковому запасі сучасної французької мови. Надано джерельну базу з проблем етимології французьких слів іношомовного походження взагалі, та запозичень із арабської, зокрема. Відносно високий рівень та доступність вищої освіти в Україні приваблюють до вступу у наші вищі тисячі молодих іноземців. Значна частина із них є вихідцями із арабомовних країн, які бажать поглибити свої знання з французької мови. Інформація щодо походження слів завжди була корисною для викладача будь-якої іноземної мови. Знання ж арабських запозичень дозволяє вчителям французької мови оптимізувати процес вивчення нової лексики студентами-іноземцями, вихідцями із країн, де арабська мова є мовою державною чи то однією із головних мов спілкування, а також із тих країн, де сповідують таку релігію, як іслам.

Ключові слова: арабський, вплив, запозичення, слово, французька мова.

Le français contemporain subit une forte influence de la part des langues en usage par de plusieurs communautés ethniques, qui constituent la palette multicolore de la société française. La langue arabe occupe dans ce phénomène une place particulière. Et il ne s'agit pas ici des mots multiples argotiques et familiers qui inonde le vocabulaire de rue et dépassent actuellement le cadre strict du français littéraire. Les emprunts arabes avaient enrichis le latin et le français depuis longtemps et les spécialistes doivent en rendre compte dans leurs études linguistiques [7].

L'apport de l'arabe à la langue française doit être pris en considération au cours des études universitaires compte tenant des étudiants arabophones qui suivent leurs études dans nos Universités et dont le nombre augmente constamment les dernières années.

Les arabismes en ukrainien et en russe font l'objet principal des publications de Fasmer M., Komlev N., Krymskyi A., Krysin L., Leontiev A., Nedel-Chervinskaia M., Ogienko I., Rybalkin V., Smirnov L., Tkachenko O., Tcherednitchenko O.I., Tyshchenko K., Zainul'din J., Zubkov M.

L'impact de la langue arabe aux autres langues du monde Al Khadradi, Caracausi G., Corriente F., Corominas J., Cortelazzo M., Denizeau C., Dozy R., Epalza M., Lokotsch K., Paolo Z., Pellegrini G. B., Siraziev I., Wehr, H., Wilhelm H. Le sujet des emprunts arabes en français a été scrupuleusement étudié dans l'œuvre de tels chercheurs que Arveiller R., Bencheikh O., Devic M., Kazimirski A., Lammens H., Lanly A., Laurieux B., Menager L.-R., Pihan A. P., Quemada B., Quinsat F., Reig D., Rodinson M., Sguitamatti-Bassi S., Wartburg W.

L'étymologie des lexèmes est un procédé effectif de la lexicologie comparative. Nous tenons d'utiliser les astuces de l'origine des mots communs pour deux langues afin de faciliter le processus de perception du français par les étudiants arabophones.

L'arabe est une langue tout à fait exotique par rapport au domaine roman, mais les aléas de l'Histoire ont mis cette langue en contact sur le long terme avec le latin médiéval dans un premier temps, puis avec les différentes langues romanes, et en particulier, de façon directe ou indirecte, avec le français. C'est ainsi, bien que les deux systèmes linguistiques concernent soient structurellement et fonctionnellement très différents l'un de l'autre, qu'un rapport durable de proximité s'est établi entre eux. Les mots d'origine arabe, plus précisément, en sont venus à occuper dans la Romania une place aussi importante que les mots empruntés à des langues appartenant à des familles voisines, voire aux autres langues romanes. Si ce n'est toujours quant à leur nombre, c'est au moins quant à la durée du phénomène et à la richesse de ses manifestations linguistiques [1].

Nos études s'appuient sur les données prises des sources multiples dont la majorité – des dictionnaires étymologiques. La place particulière y occupe le Trésor de la langue française informatisé (TLF(i) - la version informatisée telle quelle du Trésor de la langue française, qui est un dictionnaire de la langue française des XIXe et XXe siècles, imprimé en seize volumes, paru entre 1971 et 1994. Son directeur envisage d'y intégrer l'évolution de la langue^{1, 2}. Il est disponible en deux versions, l'une commercialisée sur disque optique, et l'autre en accès libre sur Internet.

Il a été créé par Analyse et traitement informatique de la langue française (Atilf), une unité mixte de recherche associée au CNRS et à l'université Nancy II. Alain Rey a participé à l'équipe à l'origine de sa création

Parmi les dictionnaires généraux de la langue française qui sont actuellement le plus largement utilisés, le TLF(i) est celui qui montre globalement le traitement le plus fiable, le mieux documenté, et le plus réfléchi quant à l'origine arabe de nombreux mots français et aux cheminements divers qui ont conduit à l'usage que nous connaissons aujourd'hui des arabismes de notre langue. Pour autant, quelques améliorations et mises à jour devraient être apportées, à court terme lorsque c'est possible, et à moyen terme lorsque l'amélioration d'une notice nécessite un travail de recherche un peu approfondi [1, 569-571].

Ici nous citons quelques notices consacrées aux mots d'origine arabe dont les origines se cachent dans une ou même quelques langues intermédiaires.

Alezan. – L'adjectif « alezan » « [en parlant d'un cheval] dont la robe et les crins sont de couleur fauve tirant sur le roux » est un des cas où le récent répertoire des arabismes ibériques de Federico Corriente (1999 : 115) vient apporter une contribution certaine pour préciser les étymologies des arabismes du français. Les filiations que rapporte le TLF (1973), citant notamment Lokotsch (1927) et von Wartburg (in FEW 19, 13b-14a, AZ'AR), semblent devoir être confrontées à la nouvelle donnée étymologique expliquée par Corriente. Celui-ci ne rattache plus l'espagnol « alazan », étymon direct du français « alezan », à l'arabe « az'ar » (von Wartburg in FEW) ou à « al-ḥiṣān » (Lokotsch), mais relie ce terme à une autre forme arabe « aṣḥab » « alezan (cheval) ; roux, fauve (chameau) » (cf. Kazimirski 1860 : I : 1379). Corriente s'appuie sur des arguments à la fois historiques et linguistiques, de même que sur les travaux de ses prédécesseurs [10].

Alidade. – Afin de préciser l'histoire du substantif « alidade » « règle orientable munie à ses extrémités de deux repères [...] » (TLF 1973), il convient de faire référence au latin médiéval comme

étape intermédiaire entre l'arabe et le français. Cette démarche devrait conduire à remonter jusqu'aux premières attestations chez le Pseudo Gerbert (fin 10e siècle), chez Fulbert de Chartres (fin 10e - début 11e siècles) et chez Hermann Contractus (première moitié du 11e siècle).

Allah. – L'étymon de l'interjection française « allah ! » « (exclamation, d'après le nom donné à Dieu par les Musulmans, traduisant divers sentiments comme la joie, la crainte, la surprise, etc. ou servant d'appel à la prière, au combat) » est l'arabe « Allāh » « Dieu ». Or le TLF (1973), suite à Steiger 1966 in FEW 19, 3b, présente cet étymon sans majuscule. Etant familière de la langue arabe et de la culture arabo-musulmane, bien que ne relevant pas de la religion musulmane par ma culture personnelle, je ressens peut-être plus directement qu'une personne moins rompue que moi à cet exercice culturel la difficulté présentée par l'option qu'a prise le rédacteur initial de la notice. Si, par exemple, dans une étude phonétique, le nom d'Allah est donné dans sa prononciation arabe entre crochets, il convient bien entendu de mettre une minuscule. En revanche, lorsque c'est l'étymon qui est cité sous une forme translittérée, il ne perd nullement son contenu linguistique et culturel et il convient de laisser à la forme transcrite la majuscule que lui confère son statut de nom propre. Imaginons qu'un texte rédigé dans une langue étrangère au français mentionne en cette langue l'existence dans la même langue d'un mot adapté de la forme française du nom de Dieu pour y désigner une divinité, il conviendrait de reproduire l'étymon français de ce nom propre avec une lettre majuscule à l'initiale. Une erreur formelle s'est par ailleurs glissée dans la translittération de l'étymon « Allāh », que la notice actuelle fait apparaître sans un trait sur le **a** de la deuxième syllabe, alors que celui-ci à cet emplacement doit matérialiser une voyelle longue.

Notons par ailleurs que l'article du TLF(i) est bancal dans la mesure où la description synchronique ne s'attarde que sur l'interjection, très minoritaire dans la langue par rapport au nom, alors que la notice étymologique procède à la datation de l'emprunt sur la base du seul nom « Allah », à l'exclusion de l'interjection qui en est issue par conversion [8].

Aman. – S.v. “aman” substantif masculin « octroi de la vie sauve ou amnistie concédée à un ennemi [...] », le TLF (1973) donne un étymon arabe « aman » « sécurité ». Un tel lexème n'existe pourtant pas en arabe. Deux noms formes d'après la même racine désignent dans cette langue la sécurité : « amn » et « amān » (Kazimirski 1860 ; Wehr 1976 ; Reig [6]). L'étymon du substantif français « aman » est le second terme, et il doit comporter dans sa forme transcrite un trait sur la voyelle **a** de sa seconde syllabe pour matérialiser la voyelle longue de la forme arabe.

Amin. – L'étymologie du substantif amin « (nom donné en Kabylie à un magistrat qui remplit des fonctions municipales, civiles, judiciaires) » n'est pas clairement énoncée par le TLF (1973), qui se contente de l'indication « probablement d'un mot arabe ». Cette notice a été rédigée avec trop de précipitation, et il faudrait au moins la compléter par la mention de l'étymon arabe amīn adj./subst. « sur, à qui on peut se fier ; personne de confiance, homme d'affaires, intendant ou secrétaire chargé des affaires de confiance » (Kazimirski 1860 : I : 57).

Amiral. – L'ouvrage de Léon-Robert Menager (1960), que mentionne von Wartburg in FEW 19, 5b (1966) et que ne retient pas le TLF (1973), permet d'observer la formation d'amiral et de ses variantes romanes, depuis les diverses formes du latin tardif. Elle conduit à constater que l'identité sonore et formelle entre la finale du mot français amiral et l'article arabe al- est fortuite. L'étude historique de Menager est aussi un outil indispensable pour amorcer l'étude des dérivés de l'étymon arabe « amīr », qui est à l'origine, notamment, des deux formes françaises « amiral » et « émir ».

Araba. – La notice étymologique du substantif araba « sorte de voiture légère utilisée essentiellement dans les pays du Proche-Orient et de l'Afrique du Nord pour transporter les personnes (surtout les femmes) et les bagages » — « mot turc passe en article classé avec le même sens » — est très lacunaire : le TLF (1974) ne mentionne même pas l'étymon (arabe). Le rédacteur de la notice ne semble avoir consulté ni les dictionnaires de l'arabe (ancien ou moderne, classique ou dialectal) ni les travaux sur les arabismes et orientalismes (Lokotsch 1927 ; Lanly 1970 ; etc.). Enfin, un élargissement de la base documentaire à travers la base textuelle Frantext, ici comme dans d'autres cas, semble aussi s'imposer [11, 18].

Aval. – Le TLF (1974) conteste l'étymologie arabe du substantif français aval « garantie par laquelle une personne s'engage à payer un effet de commerce en cas de défaillance du signataire » défendue par Dozy (1881 : II) et von Wartburg 1966 in FEW (19, 70a, ḤAWĀLA) : « l'hyp. d'un emprunte à l'arabe ḥawāla [...] fait difficulté en raison de l'apparition tardive du mot français. ». Mais

l'argument qui est employé n'est pas développé, d'une part, et, d'autre part, il est trop léger pour qu'on lui accorde du crédit (Quinsat 2005 : 328-329). Y aurait-il des dates au-delà desquelles un mot arabe ne peut plus être emprunté par la langue française ? Et pourquoi ? Cela n'est pas dit. Pour l'instant, il faut s'en tenir à Dozy, von Wartburg in FEW et Corriente (1999 : 102 et 510). Il est vrai que les conditions de l'emprunt n'ont pas été précisées et que les contextes historique et philologique n'ont pas été étudiés. L'histoire du français « aval » devra bénéficier des mêmes méthodes et orientations qui permirent de préciser celle de l'arabisme « risque » (cf. ci-dessous).

Couscous. – Un concours de circonstances a permis, en 2005, de trancher définitivement la question de la première occurrence du substantif français « couscous » substantif masculin « plat d'Afrique du Nord à base de [...] semoule [...] » et d'engager des réflexions sur son origine. Quelques conversations imprévues, d'abord, entre une historienne qui s'intéresse à l'histoire du couscous en tant que mets et une linguiste qui s'intéresse à l'histoire lexicale de la dénomination du plat. Ensuite, vint une interview de Claude Lévi-Strauss dans *Le Monde*, à l'occasion de l'Année du Brésil, à laquelle répondit prestement et efficacement Gilles Roques.

Il se trouve que le texte dont Raymond Arveiller avait extrait, dans un premier temps, la forme « couchou » comme première attestation française de couscous est un faux. Nous disposons à présent d'un compte rendu qui se tient autour du contexte d'apparition de la forme « couchou ». L'auteur du livre balaye la « réalité » historique du « couchou » de 1505 : il dénie l'existence du voyage de Gonneville, dont le récit est porteur du terme. Gilles Roques, de son côté, apporte une confirmation supplémentaire aux arguments historiques avec de judicieux arguments d'ordre philologique entraînant une retodatation du texte qui fut attribué précédemment au dit Gonneville. Néanmoins, on ne peut nier l'authenticité de la variante « couchou », quelles que furent les modalités de sa formation, et sa place parmi les variantes formelles du lexème couscous est celle qui correspond à la date que l'histoire et la philologie attribuent au texte.

Comme beaucoup de dictionnaires, le TLF (1978) fait par ailleurs un rapprochement entre l'étymon arabe « kuskus » et son correspondant en langue berbère (« ar. [...] kuskus [...] lui-même emprunté au berbère »), ce qui s'explique par le fait que le plat en question, tel qu'il est préparé dans sa version actuellement la plus répandue, remonte aux Berbères. Cette proximité n'est pas totalement clarifiée. Deux études sont en cours : elles tenteront de cerner la diffusion de l'arabisme lexical et la formation du lexème arabe. L'une comme l'autre seront utiles aux dictionnaires, et au TLF en particulier.

Echec. – La clarification nécessaire de l'histoire des plus anciennes formes de l'arabisme échecs substantif masculin pluriel « jeu dans lequel deux adversaires déplacent, sur un tableau de 64 cases, deux séries de 16 pièces » reviendra aux spécialistes de l'ancien français. Ses différentes graphies anciennes et le rapport de celles-ci avec les formes du latin médiéval n'ont pas fait l'objet d'une étude détaillée qui replacerait dans un bon ordre logique et chronologique l'articulation entre l'histoire des formes lexicales se rattachant à l'étymon arabe et l'histoire de la dénomination et de l'implantation du jeu en Occident médiéval.

Emir. – Le français moderne connaît un doublet étymologique, amiral « grade le plus élevé dans la marine de guerre » et « emir » substantif masculin « (titre porté autrefois et actuellement par des personnes importantes du monde musulman, turc et arabe) », remontant à l'arabe « amīr' (cf. von Wartburg in FEW 19, 4b-6b). Or en ancien français, le type lexical amiral avait un sens proche de celui que connaît actuellement « émir ». Ainsi la Chanson de Roland (fin 11e siècle) présente une multitude d'attestations (vers 850, 894, 967, 1269, 2602, 2615, 2767) du lexème amiral (sous la forme de plusieurs variantes formelles) au sens de « emir, commandant chez les peuples d'Orient ». Ainsi la notice historique de l'article emir pourrait utilement renvoyer à l'article amiral : l'histoire de ces deux unités lexicales est indéfectiblement liée durant la période ancienne par leur étymon commun et, sans faire preuve de redondance pour autant, nous sommes tenus de les croiser et de rappeler ce qui les unit dans chacune des notices [12, 38].

Hachisch. – Pour le TLF (1981), le substantif « hachisch » - « chanvre indien dont on extrait une substance enivrante et narcotique » est un arabisme direct (« emprunté à l'arabe « ḥašīš » - « herbe, foin ; chanvre indien »). Or la première attestation actuellement connue de ce lexème se trouve dans une traduction de l'italien (Description de l'Afrique de Jean-Léon l'Africain, traduit par Temporal [1556]), ce qui n'encourage pas à y voir un emprunt sans intermédiaire. Un court développement historique,

commente du point de vue philologique, devrait des lors étoffer la notice du TLF, qui est actuellement un peu simpliste dans sa formulation.

Laque. – Sachant que le substantif laque « substance résineuse rouge, semi-transparente, produite par la pique d’un insecte [...] et servant à faire de la cire d’Espagne, des teintures, des vernis » est cite par Constantin l’Africain (fin 11e siècle) et qu’on le relève dans des textes latins antérieurs, connus sous le nom de Mappae Clavicula, on peut envisager d’étendre jusque-là la perspective historique du parcours de ce terme. Le rapport au latin médiéval est, du reste, mis en valeur dans d’autres notices portant sur des arabismes anciens (« ambre », par exemple, et cf. alidade ci-dessus).

Losange. – Avec beaucoup d’honnêteté, le TLF (1983) présente les hypothèses possibles pour l’origine du nom losange « parallélogramme ayant des cotes égaux et dont les angles ne sont pas droits », y compris celle qui en fait un arabisme et qui est admise par plusieurs auteurs. Cependant le TLF ne tranche pas. Pour emporter la conviction dans l’un ou l’autre sens, il conviendra de procéder à une remise à plat de l’histoire de losange (comme de l’histoire de l’adjectif losange, atteste depuis ca 1200 selon le TLF) qui tentera de clarifier le parcours du mot, de façon plus explicite que n’avait pu le faire Maxime Rodinson, pourtant déjà fort précis. Nul doute qu’à ce stade, on tirera profit des données et des principes exposés dans les travaux de Bruno Laurioux; voir, pour l’instant, Corriente.

Niquer. – La translittération de l’étymon du verbe niquer « posséder charnellement », à la forme inaccomplie du verbe arabe, doit être améliorée par l’ajout d’un trait sur la voyelle **i** pour matérialiser une voyelle longue. Le succès en français de l’expression « nique ta mère », dont on sait qu’elle n’est la qu’une impertinence, plus ou moins grave selon les circonstances de son emploi, alors que dans la langue donneuse elle verbalise, de façon injurieuse et humiliante, l’expression d’un gros tabou, infléchira-t-il le sens de l’humour des rédacteurs du TLF, au point qu’ils la rajoutent, parmi les locutions, a la suite de niquer le burnous ? Ils enfreindraient ainsi, mais pour notre plaisir, comme ils le firent par ailleurs pour taboulé, atteste dans L’Express en 1975, la règle théorique fixant le terme du corpus exploite par le TLF à 1960 [8].

Risque. – A la suite de Corominas, Monique Chauvet a redoublé d’efforts pour tenter de prouver que le substantif français « risque » - « danger éventuel, plus ou moins prévisible, inhérent à une situation ou à une activité » ne serait pas un arabisme. Il est vrai que pour un lecteur néophyte rien n’y paraît, et l’explication qui est donnée la pourrait bien en valoir une autre. Heureusement qu’un de nos collègues, espagnol et arabisant, s’est ému du sort qui « risquait » d’être fait définitivement à l’espagnol « riesgo ». Reprenant quelques données exposées précédemment par Corriente, il nous a ouvert la voie vers une vision lucide et transparente du parcours de l’espagnol « riesgo » (lui-même apparenté au français « risque », qui a été emprunté à l’ancien italien « risco »). Plus tard, un collègue français arabisant (Bencheikh), spécialiste reconnu de l’arabe andalou, a signalé deux occurrences d’un emploi du mot en arabe, dans des textes mozarabes, qui s’harmonisent parfaitement avec les valeurs du substantif « resicum » lorsqu’il apparaît en Italie dans des documents rédigés en latin. Sylvain Piron (2004), historien médiéviste, a su démontrer cette filiation de façon solide et incontestable en battant en brèche le raisonnement sémantique du TLF, dont il faut bien accepter qu’il n’a pas de fondement historique et philologique. Seule, à présent, manque une petite mise au point portant sur des détails linguistiques pour parvenir à convaincre totalement les francisants qu’il faut tournebouler cette notice étymologique du TLF afin de la mettre en accord avec l’Histoire, d’une part, et avec les règles de la linguistique historique, d’autre part [6].

En attendant, on se reportera à Lokotsch, Pellegrini, Corriente. Marcel Devic avait déjà dit l’essentiel à propos de l’origine arabe du français « risque » et de ses congénères romans ; en revanche, Pihan, Dozy & Engelmann, Lammens et Nasser ne traitent pas ce lexème [9].

Sucre. – Selon von Wartburg substantif français sucre « substance alimentaire de saveur douce et agréable, généralement cristallisée, que l’on extrait de certaines plantes » remonte au 12e siècle : « cucre », « sucre », « sucre ». Dans ces conditions, on est étonné de lire que ce lexème serait un emprunt à l’italien « zucchero », « att. dep. le XIIIe s. » (plus précisément, depuis 1286 [1]).

Des lors, il faut revoir les conditions de l’emprunt du 12e siècle : s’agit-il d’un emprunt direct ou indirect ? La, comme dans beaucoup d’autres cas, la protohistoire de l’arabisme en français est liée, d’une manière ou d’une autre, aux représentants du même étymon en latin médiéval. Une transposition latinisée de l’arabe figure ainsi chez Constantin l’Africain sous la forme « zucarumi », et Bruno Laurioux nous rappelle une citation de l’arabe dans la chronique d’Albert d’Aix (1er tiers du 12e siècle ;

Flori, récit de la première croisade rédigé en latin, sous la forme « zucra ». Arveiller fournit d'amples compléments au FEW, dans un article paru en 1991, dont le TLF (1992) n'avait pas encore bénéficié et qu'il pourra exploiter pour sa prochaine version.

Suzanne Sguaitamatti-Bassi ne traite pas le mot « sucre », mais seulement « candi ». Incidemment, sans toutefois la commenter, elle mentionne une occurrence de « cucre », voisinant avec « camdi », dans l'Antidotaire Nicolas (13e siècle, traduction d'un texte latin plus ancien de Nicolaus de Salerne qui est perdu) [14]. Il est nécessaire d'étudier à nouveau le rapport du français « sucre » avec l'italien « zucchero », de même qu'avec les occurrences en latin médiéval, en distinguant les emprunts directs à l'arabe des emprunts passés par l'italien ou le latin. Une chose apparaît certaine : le lexème français n'a pas de lien avec la filière ibérique, car il n'est pas porteur d'une marque de l'article arabe préposé. Il est lié soit à la filière italique, en latin comme en français, soit directement à l'Orient, en latin comme en français également. Un document latin de 1194, émanant de Cefalu en Sicile, possède une forme « zuccaro », identique à celle de Constantin au Mont Cassin plus d'un siècle auparavant...

Taboulé. – La forme de l'étymon arabe que donne le TLF (1992) pour taboulé « mets originaire du Proche-Orient, à base de couscous mêlé d'un fin hachis de tomates, persil, oignons et feuilles de menthe fraîche, assaisonné d'huile d'olive et de citron, que l'on sert frais » (« emprunte à l'arabe libanais et syrien « tabbūla » ») est inexacte. En effet, le français a emprunté le terme à l'arabe dialectal parlé dans la zone du Liban, de la Syrie et de la Palestine. Dans cette région, la marque du genre féminin des noms et des adjectifs est le phonème [a] prononcé [-e]. Il convient donc de restituer l'étymon tel qu'il est pratiqué dans la variété d'arabe à laquelle l'emprunt a été fait : « tabbūle ». La classification de l'étymon, outre qu'elle constitue une erreur factuelle, contrevient à ce qui est exposé dans la référence dont se revendique le rédacteur de la notice (Denizeau 1960 : 58) : « tabbule » (ou « è = e final, entre e ferme et i »).

Outre le signifiant de l'étymon, son signifié gagnerait à être précisé aussi : contrairement à ce que laisse entendre la formule « emprunte à l'arabe libanais et syrien, même sens », l'étymon arabe désigne une préparation culinaire sensiblement différente, parce qu'elle comporte beaucoup plus de verdure, notamment du persil, et que la céréale utilisée est le boulghour et non pas le couscous.

Zédoaire. – En 1996, Raymond Arveiller faisait paraître le dernier article de ses « Addenda au FEW XIX (Orientalia) », qui comprend d'importants développements sur la famille lexicale de zédoaire substantif féminin « genre de plantes de la famille des Zingibéracées comprenant l'amome, le curcuma et le zérumbet ». Le dernier volume du TLF, qui traitait ce terme de botanique, était paru en 1994, de sorte que les remarques déterminantes d'Arveiller devraient pouvoir inspirer la mise à jour de la notice.

Littérature

1. Арабізми // Мала філологічна енциклопедія / Олександр Скопненко, Тетяна Цимбалюк. — К. : Довіра, 2007. — 478 с.
2. Данилюк Н. М. К вопросу исследования ориентальной лексики в украинском языке / Н.М. Данилюк // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 26 (65). № 1. – С. 200-208.
3. Мосенкіс Ю. Запозичена лексика східномовного походження в контексті контактологічної історії української мови (Матеріали до спецкурсу «Мовні контакти») / Ю. Мосенкіс, Р. Синишин. – К. : Альфа друк, 2007. – 45 с.
4. Павлученко О. А. Екзотична лексика сучасної української літературної мови: джерела, семантика, функції: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / О.А. Павлушенко. – К., 1995. – 24 с.
5. Рибалкін В. С. Арабізм // Українська мова: Енциклопедія. — К. : Українська енциклопедія, 2000. ISBN 966-7492-07-9 — С. 31.
6. Светлова Р. М. Рецепция арабских прототипов в русском языке: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. фил. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык», 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Р.М. Светлова. – Казань, 2012. – 24 с.
7. Чередниченко О. І. Мовні контакти в сучасному світі / О. І. Чередниченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Іноземна філологія. – К. : Вид.-полігр. Центр «Київський університет», 2006. – Вип. 40. – С. 4–6.
8. Vuchi E. Le projet TLF-Etym (projet de révision sélective des notices étymologiques du Trésor de la langue française informatise) / *Estudis romanics*, Nr 27, - 2005.
9. Devic M. Dictionnaire étymologique des mots d'origine orientale (arabe, hébreu, persan, turc, malais). In : *Supplément à Emile Littré, Dictionnaire de la langue française*. Paris : Hachette, - 2007.
10. Lammens Henri Remarques sur les mots français dérivés de l'arabe. Beyrouth : Imprimerie Catholique, 1890.

11. Nasser F. Emprunts lexicologiques du français à l'arabe des origines jusqu'à la fin du XIXe s. Beyrouth : Hayek & Kamal, 1966.
12. Pihan A. P. Dictionnaire étymologique des mots de la langue française dérivés de l'arabe, du persan ou du turc avec leurs analogues grecs, latins, espagnols, portugais et italiens. Paris : Imprimerie Impériale, 1862.
13. Reig D. Dictionnaire arabe- français, français-arabe, As-sabil. Paris : Larousse, 1986.
14. Sguitamatti-Bassi S. Les emprunts directs faits par le français à l'arabe jusqu'à la fin du XIIIe siècle. Zurich : Juris Verlag, 1974.

Шабинский Н.Е. Арабизмы как способ оптимизации процесса обучения французскому языку арабоязычащих студентов.

В статье анализируются исследования французских и арабских лингвистов, посвященные истории и механизмам проникновения арабских заимствований во французский язык, а так же определяется то место, которое эти заимствования занимают в словарном запасе современного французского языка. Представлены источники, раскрывающие проблему этимологии французских слов как иноязычного происхождения вообще, так и заимствований из арабского языка, в частности. Относительно высокий уровень и доступность высшего образования в Украине привлекают к поступлению в наши высшие учебные заведения тысячи молодых иностранцев. Значительную часть среди них составляют выходцы из арабоязычных стран, желающих повысить уровень своих знаний французского языка. Информация по происхождению слов всегда была полезной для преподавателя любого иностранного языка. Знания ж арабских заимствований позволяет учителям французского языка оптимизировать процесс изучения новой лексики студентами-иностранцами, выходцами из стран, где арабский язык является языком государственным или одним из основных языков межнационального общения, а так же из тех стран, где исповедуют ислам.

Ключевые слова: арабский, влияние, заимствование, слово, французский язык.

Shabinskyi M. Arabic words as the means of optimization of the process of teaching French language to Arabic speaking students.

The article analyzes the researches of French and Arab linguists, devoted to the history and mechanisms of entering of Arabic loanwords into the French language, and identifies the place of these loanwords in the vocabulary of modern French. The sources, which cover the issue of etymology of French words loaned from foreign languages, in general, and from the Arabic language, in particular, are given. Relatively high level and accessibility of higher education in Ukraine attract thousands of young foreigners to enter our higher educational establishments. The considerable part of them is made up by students of Arabic origin, who aspire to raise the level of their knowledge of French. The information on the origin of words has always been useful for the teachers of any foreign language. The knowledge of Arabic loanwords allows teachers of French to optimize the process of learning of new vocabulary by foreign students, who come from countries where the Arabic language is either national or one of the main languages of interethnic communication and the countries where Islam is the main religion.

Key words: Arabic, influence, loan word, the French language.

ВІТАЄМО!

Редколегія «Наукових записок. Серія: Філологія (мовознавство)», Інститут філології й журналістики, кафедра української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського щиро і вітають із днем народження наших дорогих колег, ***членів редакційної колегії збірника:***

НІМЧУКА ВАСИЛЯ ВАСИЛЬОВИЧА,

***члена-кореспондента НАН України,
доктора філологічних наук, професора,
завідувача відділу історії української мови
Інституту української мови НАН України;***



ГОРОДЕНСЬКУ КАТЕРИНУ ГРИГОРІВНУ,

***доктора філологічних наук, професора,
завідувача відділу граматики
Інституту української мови НАН України.***

Бажаємо міцного здоров'я, творчої наснаги, щасливого довголіття!

Проф. Іваницька Н.Л., головний редактор збірника.

Доц. Кононенко В.В., директор Інституту філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Проф. Павликівська Н.М., завідувач кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Бабічева Ганна Сергіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Національного Університету Оборони України імені І. Черняхівського.

Багрій Ганна Анатоліївна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри перекладу Національної академії Державної прикордонної служби України імені Б. Хмельницького.

Бакун Ольга Анатоліївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу Хмельницького національного університету.

Бережанська Юлія Валеріївна, кандидат філологічних наук, асистент кафедри іноземних мов з латинською мовою та медичною термінологією Вищого навчального державного закладу України «Українська медична стоматологічна академія».

Берестецька Наталія Володимирівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри перекладу Національної академії Державної прикордонної служби України імені Б. Хмельницького.

Білик Ольга Ігорівна, аспірантка кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Бойчук Валентина Михайлівна, аспірантка Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Брик Марина Мурманівна, асистент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Брухаль Ярина Богданівна, аспірантка кафедри англійської філології факультету іноземних мов Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Бурдейна Олеся Романівна, аспірантка кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича.

Войцехівська Наталія Костянтинівна, кандидат філологічних наук, докторант Інституту мовознавства імені О.О. Потебні НАНУ.

Вжещ Яна Леонідівна, асистент кафедри теорії і практики перекладу германських і романських мов Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, аспірантка кафедри германської філології Донецького національного університету.

Володіна Тетяна Святославівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету.

Волошина Оксана Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та іноземних мов Вінницького аграрного університету.

Головська Ірина Василівна, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Гошилик Володимир Богданович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології факультету іноземних мов Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Гошилик Наталія Сергіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології факультету іноземних мов Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Давиденко Ганна Віталіївна, кандидат філологічних наук, доцент, директор Вінницького соціально-економічного інституту Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», доцент кафедри соціальної роботи та загальноосвітніх дисциплін.

Дворянкін Віктор Олександрович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології Маріупольського державного університету.

Дунаєвська Ольга Валеріївна, аспірантка Київського національного медичного університету імені О.О. Богомольця.

Жукова Наталія Володимирівна, асистент кафедри іноземної мови Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Задорожна Ірина Петрівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича.

Зубченко Валентина Миколаївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та культури Національного авіаційного університету.

Ільчук Ольга Андріївна, старший викладач кафедри іноземної мови Київського університету імені Б. Грінченка.

Іваницька Наталя Борисівна, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри сучасних європейських мов Вінницького торговельно-економічного інститут Київського національного торговельно-економічного університету.

Іваницька Ніна Лаврентіївна, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Іщенко Ніна Григорівна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики Національного технічного університету України «КПІ».

Клименко Ольга Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Запорізького національного університету.

Коваль Оксана Петрівна, асистент кафедри української та іноземних мов Львівського державного університету фізичної культури.

Ковальчук Людмила Володимирівна, аспірантка кафедри англійської філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Ковбаско Юрій Григорович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника.

Коляденко Олена Олександрівна, молодший науковий співробітник відділу наукової термінології Інституту української мови НАН України.

Колядич Юлія Володимирівна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Кононець Юлія Василівна, асистент кафедри англійської філології та перекладу Київського національного лінгвістичного університету.

Косенко Катерина Олександрівна, кандидат філологічних наук, старший асистент кафедри гуманітарних та економічних дисциплін економіко-правового факультету Національного університету "Одеська юридична академія".

Костусяк Наталія Миколаївна, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри української мови Інституту філології та журналістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Котова Ірина Анверівна, аспірантка кафедри англійської філології Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Коханська Алла Олександрівна, старший лаборант кафедри технології машинобудування Хмельницького національного університету.

Кувшинова Наталія Мефодіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземної мови Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Куліш Тетяна Вікторівна, аспірантка Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Кухар Ніна Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Куц Олена Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Лебедь Юлія Борисівна, кандидат філологічних наук, асистент кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Леонідов Олександр Сергійович, аспірант кафедри перекладу і загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Лужаниця Олена Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Запорізького національного університету.

Любімова Оксана Василівна, кандидат філологічних наук, асистент кафедри румунської та класичної філології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Лященко Олесь Анатоліївна, кандидат філологічних наук, асистент кафедри англійської мови природничих факультетів Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Малащук-Вишневська Наталія Володимирівна, асистент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Мартинова Ліля Борисівна, кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету економіки і менеджменту Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.

Матіяш Ірина Михайлівна, аспірантка кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Медведєва Світлана Анатоліївна, асистент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Медведь Марія Миколаївна, директор Наукової бібліотеки Ужгородського національного університету.

Межов Олександр Григорович, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри української мови Інституту філології та журналістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Мельник Людмила Вікторівна, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Місягіна Ірина Михайлівна, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри української та іноземної мов Університету права імені Короля Данила Галицького.

Олійник Тетяна Сергіївна, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри теорії і практики перекладу Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, докторант Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Онасенко Катерина, аспірантка кафедри іноземної філології та перекладу Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна».

Павлюк Ірина Богданівна, аспірантка Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Петренко Інна Петрівна, старший викладач кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Петрів Ольга Іванівна, аспірантка кафедри української мови Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Пилячик Наталія Євгенівна, асистент кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Познанський Роман Васильович, асистент кафедри іноземних мов і країнознавства Інституту туризму Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника.

Попко Катерина Олександрівна, аспірантка Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

Прадівляна Людмила Миколаївна, асистент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Радомська Людмила Анатоліївна, асистент кафедри мовознавства Вінницького національного технічного університету.

Радченко Олена Юріївна, кандидат філологічних наук, асистент кафедри фонетики і граматики англійської мови Черкаського національного університету.

Ричагівська Юлія Євстахіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови імені професора К. Ф. Шульжука Рівненського державного гуманітарного університету.

Романова Наталя Василівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри німецької мови Херсонського державного університету.

Романюк Наталія Михайлівна, магістрантка факультету іноземної філології Запорізького національного університету.

Сабат Наталія Олексіївна, асистент кафедри англійської філології Львівського національного університету імені Івана Франка.

Семашко Тетяна Федорівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології Маріупольського державного університету.

Стадній Алла Сергіївна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри українознавства Вінницького національного технічного університету.

Сидоренко Олена Анатоліївна, старший викладач кафедри англійської мови Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Смоляна Анна Леонідівна, аспірантка кафедри англійської філології Київського університету імені Бориса Грінченка.

Топачевський Сергій Костянтинівич, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та перекладу імені проф. Д. І. Квеселевича ННІ іноземної філології Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Тхоровська Світлана Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка.

Фандуль Оксана Миколаївна, аспірантка Хмельницького національного університету.

Федорчук Людмила Юріївна, аспірантка кафедри англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Фісяк Ірина Євгеніївна, аспірантка Східноєвропейського університету імені Лесі Українки.

Хапіна Оксана Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

Химинець Мирослава Дмитрівна, асистент кафедри української мови ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Хижун Ярослава Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Інституту іноземної філології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Черниш Оксана Андріївна, аспірантка кафедри англійської філології та перекладу імені Д. Квеселевича, асистент кафедри міжкультурної комунікації ННІ іноземної філології Житомирського державного університету імені І. Франка.

Чорна Світлана Сергіївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов Запорізького класичного приватного університету.

Чорноус Оксана В'ячеславівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри правознавства Кіровоградського інституту державного та муніципального управління Класичного приватного університету.

Шабінський Микола Євгенійович, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри практики іноземних мов Східноукраїнського національного університету імені В. Даля.

Шаповал Ірина Анатоліївна, аспірантка кафедри загального та германського мовознавства Інституту філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Щербицька Владислава Володимирівна, асистент кафедри іноземних мов Дніпропетровської державної фінансової академії.

ЗМІСТ

I. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОГО МОВОЗНАВСТВА.....	3
Костусяк Наталія. Формально-синтаксична валентність синтаксично вербалізованих відчислівникових дериватів.....	3
Межов Олександр. Обмежувально-видільні звороти у структурі простого ускладненого речення.....	9
II. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ КАТЕГОРІЙНОЇ ГРАМАТИКИ.....	15
Бакун Ольга. Контекстуальний аналіз структурної організації займенникової репризи в сучасній англійській мові (на матеріалі англійської прози).....	15
Гошилик Володимир. До проблеми когнітивно-дискурсивного опису граматичної категорії часу.....	19
Іваницька Ніна. «Ресурспроможність» іменникової словоназви «подія» (синтагматичні виміри).....	23
Іщенко Ніна. Словотвірне значення похідних іменників сучасної німецької мови.....	29
Ковбаско Юрій. Prepositions of Place from Historical Perspective and the Preconditions for their Tranposition.....	34
Косенко Катерина. Розподіл дієслівних невластне-зв'язок між морфологічними різновидами іменного складеного присудка.....	42
Кухар Ніна. Засоби вербалізації факультативних приприкметникових компонентів формально-синтаксичної структури простого речення.....	47
Куц Олена. Формально-граматична типологія простих речень із редукованим суб'єктом компонентом.....	51
Лебедь Юлія. Моделі вираження обов'язкових придієслівних безприйменниково-іменникових / займенникових компонентів формально-синтаксичної структури речення... ..	58
Леонідов Олександр. Структурно-семантичні та функціональні особливості конструкцій accusative cum infinito в середньоанглійській мові.....	63
Мартинова Лілія. Лексико-граматичні розряди однинних іменників: склад та принципи розмежування.....	68
Онасенко Катерина. Структурно-семантичні особливості іменної синтагми кількісного значення з іменником-квантифікатором nombre (на матеріалі французького публіцистичного дискурсу).....	75
Познанський Роман. Семантична структура типової словотвірної парадигми українських дієслів лексико-семантичного поля «аграрне виробництво (рослинництво)»..	79
Ричагівська Юлія. Типи складного речення у віршовому мовленні.....	86
Топачевський Сергій. Реалізація тактики атрактивності в етикетизованих синтаксичних конструкціях англомовних рекламних текстів.....	90
Хижун Ярослава. Дієслова руху і розташування та їх синтаксична функція в сучасній англійській мові.....	95
Шаповал Ірина. Бажальність як основа мовної категорії оптативності.....	99
III. ФУНКЦІОНАЛЬНА СЕМАНТИКА ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ. ТЕОРІЯ НОМІНАЦІЇ.....	104
Багрій Ганна. Інтра- та екстралінгвальні чинники функціонування англомовних запозичень у словниковому складі української мови.....	104
Володіна Тетяна. Лінгвістичний термін як мовний феномен (на матеріалі сучасної німецької мови).....	108
Дворянкін Віктор. Лексична реалізація сем «гладкий» і «гладун» в українських східноstepових говірках південної Донеччини.....	112
Дунаєвська Ольга. Особливості номінації первинного агенса як агент атипової ситуації «хрещення дитини» (на матеріалі англомовного релігійного дискурсу).....	116
Задорожна Ірина. Засоби творення конотативного значення німецькомовних фразеологічних одиниць із компонентами-іменниками ««LIEBE» I «HASS».....	121

Зубченко Валентина. Про спроби «кодіфікації» української наукової мови.....	127
Ільчук Ольга. Словотвірна метонімія похідних суфіксальних іменників німецької мови.....	132
Клименко Ольга. Оказіоналізми в англійському художньому мовленні.....	138
Коваль Оксана. Структурні, семантичні та функціональні особливості термінології тенісу.....	142
Коляденко Олена. Термінопоняття «СТРАХ» у психологічній мовній картині світу: лексикографічна репрезентація	148
Коханська Алла. Гідронімія басейну річки Случ.....	157
Кувшинова Наталія. Німецькі лексичні запозичення та їхня семантична адаптація в російській мові XVII – XVIII століть.....	162
Лужаниця Олена. Соціальні умови вживання діалектів у диглосній лінгвальній ситуації північно-східної Англії наприкінці XIX – початку XX століть.....	166
Матіяш Ірина. Етнолінгвокультурні модуляції семантичної структури лексеми FREEDOM у контексті еволюції британської мовної картини світу.....	172
Медведь Марія. Неотермінологічна взаємодія видавничо-поліграфічної галузі та суміжних із нею галузей науки і техніки.....	181
Павлюк Ірина. Конверсія в терміносистемі фітнесу.....	187
Петрів Ольга. Структурно-значеннева організація лексико-семантичної групи на позначення фізичного (фізіологічного) стану істоти.....	191
Пилячик Наталія. Роль метеорологічної тропоїстики в англійському медіа-дискурсі... ..	197
Радомська Людмила. Антонімічні відношення в термінологічних іменниках-юкстапозитах.....	201
Романова Наталя. Семантичні акценти емотивної лексики німецької мови доби Відродження	204
Романюк Наталія. Фразеосемантичне поле «ДОЗВІЛЛЯ» як фрагмент діалектної картини світу.....	210
Сабат Наталія. Шляхи визначення терміна: диверсифікація підходів та концепцій.....	215
Семашко Тетяна. Вербальна організація лексико-семантичної парадигми відтінків синього кольору.....	220
Стадній Алла. Дієслівна конотація як наслідок емотивного сприйняття.....	225
Фандуль Оксана. Прізвіща центральної Хмельниччини з малопродуктивними поліфункціональними формантами.....	228
Федорчук Людмила. Конотація як прагматичний компонент значення політично коректних одиниць та псевдополіткоректних утворень.....	233
Фісяк Ірина. Варіативність міжособистісних відносин у системі фразеології.....	239
Чорноус Оксана. Лексико-семантичні типи ойконімів Кіровоградського району.....	243
 IV. КОГНІТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИКИ.....	
Бабічева Ганна. Аксиологія та прагматика сучасного англійського військового дискурсу.....	249
Бойчук Валентина. Соціально-когнітивні засади лінгвістичного дослідження песиміста як комунікативної особистості.....	254
Брухаль Ярина. Категорія оцінки як об'єкт лінгвістичних досліджень.....	258
Бурдейна Олеся. Лінгвокультурний та корпусний методи аналізу концепту «INSULARITY».....	263
Гошилик Наталія. Актуалізація схемних образів «ШЛЯХ» та «ЦИКЛ» у наративному типі висловлювання.....	267
Давиденко Ганна. Когнітивно-прагматичний аспект дискурсу німецької народної казки.....	272
Жукова Наталія. Гендерна мовна політика французької держави.....	277
Ковальчук Людмила. Когнітивні особливості контекстуальних моделей у процесі комунікативної взаємодії.....	281

Колядич Юлія. Способи реалізації каузативності в англomовному конфліктному дискурсі.....	285
Котова Ірина. Поняття та ціннісна складові концептів ГЕРОЙ/АНТИГЕРОЙ в англomовному кінодискурсі.....	289
Малащук-Вишневська Наталія. Конструктивно-творче мапування в структурно-графічних і фонетичних засобах нонсенсу.....	295
Радченко Олена. Концептуальна метафора в англomовній терміносистемі маркетингу: процедура аналізу корелятивного домену.....	299
Сидоренко Олена. Лінгвокогнітивні аспекти суспільно-політичної термінології масмедійної сфери.....	303
Химинець Мирослава. Мовна репрезентація соціальної сфери як фрагмента концепту АМЕРИКА.....	308

V. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ. СТИЛІСТИЧНІ ТА КОНТЕКСТУАЛЬНІ ВИЯВИ ЛЕКСИЧНИХ І ГРАМАТИЧНИХ ОДИНИЦЬ..... 313

Білик Ольга. Підходи до вивчення політичного дискурсу.....	313
Брик Марина. Лінгвістичні втілення східних мотивів у літературному діалозі повісті А.С. Байетт «Джин у плящі зі скла «солов'їне око».....	318
Вжещ Яна. Тексти новин в електронних американських ЗМІ: функції, структура, синтаксична організація.....	322
Войцехівська Наталія. Моделі комунікативної поведінки в конфліктному дискурсі.....	327
Волошина Оксана. Стилiстичні особливості використання сенсорної лексики в романі О. Уайльда «Портрет Доріана Грея».....	333
Головська Ірина. Застосування теорії інтертекстуальності в аналізі художніх текстів... 338	338
Кононець Юлія. Компресія вербальних елементів як засіб мовної економії та створення образів у рекламі.....	342
Куліш Тетяна. Вербалізація агональності в американському політичному дискурсі... 346	346
Любімова Оксана. Ямбічні розміри в західноукраїнській поезії 80-х років XIX століття.. 350	350
Лященко Олеся. Експресивність як іманентна ознака наукового тексту (на матеріалі англomовних статей геологічної тематики).....	357
Петренко Інна. Паратекстуальність сучасного англomовного медіа тексту.....	362
Попко Катерина. Лексические и синтаксические особенности аффективной речи (на матеріалі англomовного художественного дискурсу).....	366
Смоляна Анна. Рекламно-інформаційний колаж як жанр.....	370
Тхоровська Світлана. Дихотомія „свій” – „чужий” у комунікативному просторі ідеологічного дискурсу (на прикладі використання пасиву в текстах редакційних статей “The New York Times” та “The Daily Telegraph”).....	375
Хапина Оксана. Роль речі в реалізації комунікативної интенції (на матеріалі англomовного діалогічного дискурсу).....	380
Черниш Оксана. Структура мовної особистості як основа дослідження проявів індивідуально-авторського стилю журналіста.....	385
Чорна Світлана. Метафорична образність у німецькому публіцистичному тексті.....	389
Щербицька Владислава. «Родина» як ключовий блок спогадів у жіночих романах.....	393

VI. ЗІСТАВНЕ ВИВЧЕННЯ МОВ. ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ..... 398

Berezhanska Yulia. Conceptual metaphors and metonymies as a challenge for cross-cultural communication.....	398
Берестецька Наталія. Компаративний аналіз лексико-граматичних характеристик прикордонного дискурсу в українській та англійській мовах.....	402
Іваницька Наталя. Синтагматична корелятивність української та англійської дієслівних систем у предикативно-однооб'єктній моделі каузованого впливу на предметну субстанцію.....	408

Медведєва Світлана. Сучасні підходи до трактування явищ мультикультуралізму та мультлінгвізму в англомовних країнах.....	415
Мельник Людмила. Особливості перекладу архаїзмів як історично застарілих одиниць.....	419
Місягіна Ірина. Толерантність у паремійних одиницях українського та англійського етносів.....	423
Олійник Тетяна. Семіотичний підхід до перекладу художньої літератури.....	427
Прадівлянна Людмила. Вербалізація імпресіоністичного світобачення в художніх текстах кінця 19- початку 20 століття.....	431
Chabinski Nicolas. Les arabismes comme un moyen d'optimisation des cours universitaires du français pour les étudiants arabophones.....	435
Вітаємо.....	442
Відомості про авторів.....	443

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

НАУКОВІ ЗАПИСКИ
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

СЕРІЯ: ФІЛОЛОГІЯ (МОВОЗНАВСТВО)

Випуск 18

Збірник наукових праць

Головний редактор – **Н.Л. Іваницька**

Підписано до друку 2.12.2013 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний. Друк різнографічний.
Ум. др. арк. 47,8. Обл.-видавн. арк. 50,64.
Наклад 100 прим. Замовл. №

Видавець і виготівник ТОВ «фірма «Планер»
Реєстраційне свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців
серія ДК № 3506 від 25.06.2009
21050, м. Вінниця, вул. Визволення, 2
Тел.: (0432) 5208-64; 52-08-65
<http://www.planer.com.ua>
E-mail: sale@planer.com.ua