

Асиметрія суперординації здійснюється шляхом порівняння двох прототипів супер- та субординативного рівнів на основі аналізу значення атрибута, властивого вищому рівню категорії. Твердження доводиться шляхом представлення векторів ознак для характерної класової властивості та узгоджувального алгоритму, який підраховує співпадіння на базі кожного із запропонованих ознак. Для цього необхідно додати показники векторів ознак обох рівнів та поділити на вектори ознак в квадраті, визначеному для кожного рівня окремо [4, с. 137-142; 8, с. 993-994].

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших досліджень. Прототипні моделі, універсальні механізми (acatchaldevice, auniversalthought-savingdevice) (Geeraerts, 1989; Wierzbicka, 1990; Hilferty, 1997; Grzega, 2003) в межах когнітивної лінгвістики, є дієвими способами реалізації семантичних ознак. Дійсно, прототипні моделі є ефективними характеристиками дескриптивного характеру особливо по відношенню до лексичної семантики військової лексики, що виражена злічуваними іменниками. Важливою причиною часової стабільності таких іменників, порівняно з іншими частинами мови, є те, що вони є багатофункціональними взаємопов'язаними елементами досвіду (multi-featured bundles of experience) [10, с. 43-46]. Більше того, на думку одного із основоположників лінгвістичного функціоналізму Томаса Гібона (Talmy Givón), такі прототипні схеми, як і більшість натуральних категорій, є способами вираження однієї з найважливі-

ших особливостей – асоціації [3, с. 174]. Тому такі моделі є довготривалими матеріалами англійського військового лексикону [7, с. 76-84].

Кожна категорія базується на власному ідеосинкретичному ряді ключових ознак, кількість та особливість яких не є чітко визначеною, що і стирає будь-які межі під час дослідження військової лексики на засадах теорії прототипів.

Список використаних джерел

1. Aitchison Jean. Words in the Mind: An Introduction to the Mental Lexicon. – 2nd edn. – Oxford & Cambridge, MA: Blackwell, 1996. – 410p.
2. Encyclopedia Britannica [Electronic resource] URL: <http://www.britannica.com> (дата обращения: 19.10.2012).
3. Givón T. Context as Other Minds. The Pragmatics of Sociality, Cognition and Communication. – Amsterdam: Paris-Sorbonne University, 2005. – 283p.
4. Hampton J.A. Similarity-based categorization and fuzziness of natural categories. Cognition. – London: City University, 1998. – P. 137-165.
5. Kleiber Georg. Prototypensemantik: eine Eiführung. – 2 Überarb. Auflage. –Tübingen: Narr, 1998. –153s.
6. Structural Bases of Typicality Effects. Rosch E., Simpson C., Miller R.S. // Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance. – 1976. – Vol. 2. – P. 491-502.
7. Taylor J. Linguistic Categorization: Prototypes in Linguistic Theory. – Oxford: Clarendon Press, 1995. – 312p.
8. The Curious Case of the Refrigerator-TV: Similarity and Hybridization. Cognitive Science. Gibbert M., Hampton J.A., Estes Z., Mazursky D. – London: City University, 2012. – P. 992-1018.
9. Tower [Electronic resource]. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Tower> (дата обращения: 22.10.2012).
10. Wierzbicka A. Lingua Mentalis: The Semantics of Natural Language. – Sydney: Academic Press, 1980. – 367p.
11. Wittgenstein L. Philosophical Investigations. – Oxford: Basil Blackwell, 1953. – 592p.

Надійшла до редколегії 22.03.16

Т.В. Гулей, канд. філол. наук

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

ПРОТОТИПИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ КАТЕГОРИЗАЦИИ И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКИХ НАЗВАНИЙ СОВРЕМЕННЫХ ВОЕННЫХ РЕАЛИЙ)

В статье на материале английского языка сквозь призму категоризации и концептуализации рассматриваются лексические единицы, обозначающие понятия, возникшие в результате совершенствования современного военного пространства. Лексические единицы, которые называют военные реалии, проанализированы с точки зрения теории прототипов.

Ключевые слова: категоризация, концептуализация, прототип, "рефлексивная прототипность", "родовое сходство".

T. Gulei, PhD in Translation

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

PROTOTYPICALITY AS A WAY OF CATEGORIZATION AND CONCEPTUALIZATION (BY EXAMPLES OF ENGLISH NAMES OF MODERN MILITARY OBJECTS)

The article deals with means and ways of categorization, conceptualization and implementation into the "prototype theory" of military innovations in English-speaking countries.

Keywords: categorization, conceptualization, family resemblance, prototype, reflexive prototypicality.

УДК 811'42:004.774.6

І.В. Тирон, канд. філол. наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченко, Київ

ВІЙСЬКОВИЙ БЛОГ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ КОНТИНУУМІ

У статті на матеріалі англійської мови розглядаються структурно-семантичні особливості військових блогів. Особлива увага приділяється гіпертекстовій структурі та інтерактивним можливостям військових блогів.

Ключові слова: блог, військовий блог, гіперпосилання, інтерактивність.

Постановка проблеми. Епоха інформаційних технологій та соціальних медіа впливають на спосіб творення та розповсюдження інформації у сучасному глобалізованому світі. Можливість сучасних мобільних пристроїв дає змогу будь-якій людині в XXI столітті стати безпосереднім автором новини, яка вже через декілька хвилин може з'явитися в мережі Інтернет.

Актуальність статті зумовлена необхідністю поглибленого вивчення ролі військових блогів у сучасному медійному дискурсі, а також шляхів реалізації комунікації між блогером та онлайн-читачем. *Головною метою*

роботи є дослідження мовних особливостей структурно-семантичної організації військових блогів. *Предметом* дослідження є структурно-семантична організація військових блогів. *Об'єктом* дослідження є мовні особливості структурно-семантичної організації військових блогів. *Матеріалом* дослідження є військові блоги, зокрема 354 пости у блозі "Afghanistan Crossroads" на вебсайті CNN. *Наукова новизна* дослідження полягає у виявленні мовних особливостей структурно-семантичної організації військових блогів.

Зв'язок авторського доробку із важливими науковими та практичними завданнями. Дослідження особливостей реалізації інформації в умовах активного розвитку блогінгу вимагає наукового осмислення структурної та семантичної організації військових блогів, що стали невід'ємною частиною сучасного мас-медійного континуума.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лінгвістичні розвідки, присвячені мовним особливостям блогосфери та мас-медійного дискурсу, відображені у працях багатьох науковців, зокрема А. Белла, Т. ван Дейка, Т.Г. Добросклонської, Л.О. Кудрявцевої, С.І. Потапенка, М. Талбот.

Новизна дослідження полягає у виявленні специфіки структурної та семантичної організації сучасних англomовних військових блогів, зокрема увага приділяється впливу гіпертекстової структури на мовне оформлення інформації в блогах.

Методологічне або загальнонаукове значення. Результати дослідження полягають в тому, що його положення та висновки є внеском у розробку питань сучасної медіалінгвістики, теорії дискурсу, теорії комунікації.

Викладення основного матеріалу дослідження. Одним із інтерактивних засобів комунікації у віртуальному світі залишається *blogging*. Термін *weblog* був створений у 1997 році на позначення способу опублікування інформації у віртуальному просторі. У 2003 році до складу "The Oxford English Dictionary" офіційно увійшли три нові лексичні одиниці: *weblog* (блог), *weblogging* (процес творення блогів) і *weblogger* (блогер, людина, яка створює блоги) [10]. Зокрема, особливої уваги заслуговують блоги на військову тематику або військові блоги (*war blogs, military blogs*), які, наприклад, під час війни в Іраку, стали невід'ємною частиною інформаційного простору [9, с. 17]. Окрім цього, актуальною для військових блогів залишається тема тероризму. Також, військові блоги використовуються як засіб опису власного досвіду у військових операціях [9, с. 14]. Прикладами військових блогів є "Whereis Raed?" (блог про війну в Іраці); "Afghanwithouta Clue"; "Secondary Focus on Afghanistan" (блоги про війну в Афганістані) [15, 20]. Військові блоги привертають увагу низку науковців з різних галузей знань, зокрема медіалінгвістики та журналістики [8, 9].

Доступ до Інтернету та можливість вільно висловлювати власні думки з приводу певної теми сприяє популяризації веденню блогів у сучасному світі. Станом на 2008 рік статистичною службою "Technorati" було зафіксовано близько 112,8 мільйона зареєстрованих блогів. При цьому у всьому світі кількість блогів подвоюється кожні п'ять місяців [12].

У сучасній медіалінгвістиці поняття "блог" трактується як "веб-сайт індивідуального або колективного автора (блогера), який вирішив поділитися зі світом певною інформацією" [3, с. 180]. Також блог розглядається як "жанр комп'ютерно-опосередкованої інформації, веб-сторінка, на якій у зворотному хронологічному порядку відображається повідомлення автора та коментарі до них" [7, с. 234].

Характерними рисами блогінгу, на думку Д. Беннет, є: 1) фундаментальний вплив на природу новин та інформації, включаючи більш персональну чи суб'єктивну точку зору; 2) представлення "найсвіжіших" новин на початку веб-сторінки, що створює потік інформації; використання гіперпосилань та коментарів (comments), що сприяє утворенню активних онлайн-громад (onlinecommunities) [9, с. 10].

Основою блогів є текстова частина – так званий "пост" (webpost / post). Характерним для блогів є вико-

ристання знаків (images), аудіофайлів (audiofiles), гіперпосилань (hyper textlinks), системи коментування (commenting system) [13, с. 201].

К.О. Карякіна, розглядаючи блог як частину розгалуженої інфраструктури нових медіа, пропонує таку класифікацію блогів у контексті нового медіа-простору:

1) блоги професійних журналістів, що ведуться на добровільній чи корпоративній основі в межах Інтернет-порталів офіційних ЗМІ. Такими блогівими секціями володіє сьогодні більшість світових медіаресурсів. Авторка наводить приклад блогів на веб-сайтах "Guardian", "BBC" та ін.

2) журналістські блоги, що не закріплені за традиційними редакціями. До такої категорії відносяться блоги на суспільно-політичні теми, авторами яких виступають професійні журналісти або аматори. Такі блоги не розміщуються на веб-сайтах офіційних ЗМІ, а існують або на альтернативних блог-порталах, або на порталах альтернативних медіа (наприклад, WikiNews);

3) "корпоративні" блоги, що ведуться офіційними організаціями або суспільними діями, які реалізують, у першу чергу, механізми інтерактивної комунікації між суспільними діями і пересічною людиною;

4) "політичні" блоги, що представлені блогами відомих політиків. За допомогою політичних блогів реалізується інтерактивна взаємодія між певним політичним лідером і громадянами;

5) особистісно-орієнтовані блоги, які ведуться індивідуальними незалежними авторами та не мають відношення до існуючих ЗМІ. Однак, такі блоги користуються високою інформативною цінністю для аудиторії та ЗМІ. К.О. Карякіна пропонує розглядати їх як потенційні засоби масової інформації, які можуть виконувати функції ЗМІ та, відповідно, виступають повноцінними учасниками медійного дискурсу [4].

За останнє десятиліття пік активності блогінгу пов'язаний із надзвичайними ситуаціями – 11 вересня у США, війна в Іраку, землетрус в Японії. На сьогоднішній день свої щоденникові сайти мають найпопулярніші британські (The Guardian, BBC) та американські ЗМІ (The Washington Post, The New York Times, The BBC News, CNN). Так, веб-сторінка американського інформаційно-аналітичного видання CNN має рубрику під назвою "CNNblogs", яка пропонує читачам блоги за різними тематичними напрямками: "CNNPoliticalTicker" (блог на політичну тематику), "ThisJustIn" (блог, присвячений останнім найяскравішим подіям у світі), "The Marquee" (блог, у якому висвітлюються теми шоу-бізнесу, музики, кіно), "CNNPhotos" (блог, у якому інформація подається через фотографії), "Sound waves" (блог, за допомогою якого можна ознайомитися з музичними новинками), "The Chart" (блог, де висвітлена інформація про здоров'я, медицину), "LightYears" (блог освітнього та наукового характеру) [18].

У 2008 році британська газета "The Guardian" опублікувала список найвпливовіших блогів світу: "The Huffington Post", "Perez Hilton", "Talking points memo", "Gawker", "The Drudge Report", "TMZ" та багато інших [19]. Серед цього списку представлені блоги, авторами яких є як журналісти-професіонали, так і непрофесіонали. Так, наприклад, блог "PerezHilton", автором якого є блогер-аматор із США, відомий за публікаціями, що стосуються особистого життя акторів, музикантів, зірок шоу-бізнесу, користується великою популярністю як серед жителів США, так і у всьому світі. Водночас, сайт *CyberJournalist.net* налічує близько 300 блогів, що створюються журналістами-професіоналами [11, с. 646].

Великою популярністю користуються блоги відомих політичних діячів. До головних функцій політичних бло-

гів відносять: політико-мобілізаційну (консолідація та організація електорату, проведення різноманітних акцій та ін.), політико-іміджеву та політико-рекламну функції [2, с. 31-34.]. Самі блоги відіграють велику роль у формуванні суспільної думки, адже реальна цільова аудиторія блогів політичних діячів – це не лише люди до 35 років, а й журналісти і професійні оглядачі (лідери думок) [1, с. 342]. Наприклад, під час передвиборної компанії як 2008, так і 2012 рр. Б. Обама використовував різні Інтернет-технології, включаючи створення та активне ведення блогу. Блог президента Б. Обами продовжує існувати на сайті Білого Дому та користується великою популярністю у громадян США.

Характерною для блогів формою комунікації є текст, який можна завжди знайти в "архівних" матеріалах; мережа блогів поєднана між собою системою гіперпосилань; система гіперпосилань дозволяє перейти до найбільш популярних блогів [8]. Для прикладу розглянемо військовий блог "AfghanistanCrossroads" на веб-сайті CNN [16]. Гіперпосилання у блозі пов'язані зі змістом основного тексту та слугують засобом презентації основних ідей в тексті. Найчастіше всього гіперпосилання мають вигляд окремого слова, словосполучення чи речення: "Soldiertapes", "Kandahar", "Lifeandculture", "PhotoSpotlight", "Yourview", "Pakistan". Гіперпосилання у вигляді окремих слів або словосполучень допомагають онлайн-читачам швидко зорієнтуватися у потоці інформації та вибрати конкретну рубрику.

Важливим структурним елементом "Afghanistan Crossroads" є стисла інформація про цей блог:

Afghanistan Crossroads is where CNN's reporting converges -- bringing you a diversity of voices, stunning images and video, global perspectives and the latest news from on the ground in Afghanistan and around the world [16]. Прикметники *stunning, global, latest* сприяють створенню позитивного образу блогу, такого, де кожен онлайн-читач може знайти вражаючу для себе інформацію. Водночас, використання абрєвіатури CNN нагадує читачеві в цілому про медійну компанію.

Зовнішнє оформлення постів у блогах вирізняється високим ступенем організації матеріалу. Назва кожної статті у військовому блозі "Afghanistan Crossroads" представлена також у вигляді гіперпосилань, наприклад:

- Brutal, tribal justice in Afghanistan
- Sacrifices in America's longest war
- Brothers' tragedy mirrors story of Afghanistan
- Opinion: Taliban still key to Afghan peace
- Inside Afghanistan, little commemoration of war's 10-year mark

- 5 voices: What is needed for success in Afghanistan? [16]

Гіперпосилання виокремлені синім кольором. Такий формат гіперпосилань зумовлений необхідністю дуже швидко і максимально інформативно подати великий обсяг інформації, тим самим зацікавити онлайн-читачів і спонукати до подальшого ознайомлення з інформацією. Зрозуміло, що новинарно-аналітичні видання, авторитет яких не викликає сумніву, не використовують рожевий, блакитний чи інший кольори, що асоціюються з легковажністю, несерйозністю. Такі "елітні", "якісні" видання віддають перевагу стриманій кольоровій гамі.

Скориставшись одним із гіперпосилань, онлайн-читач переходить до іншого тексту. При цьому, гіперпосилання часто виконують функцію заголовка до статті у блозі, наприклад:

Brutal, tribal justice in Afghanistan

On his knees, Nawroz prays. He is a condemned man about to die in a brutal way.

His crime: The killing of his lover's husband.

The judge: A local warlord in Kand, Afghanistan.

The executioner: The victim's father [17].

Наявність гіперпосилань у тексті створює різноманітний, зі складною структурою дискурс, який охоплює не лише текстову, а й візуальну інформацію, що доповнює та збагачує змістово-підтекстовий і змістово-концептуальний рівні [5, с. 127].

Характерною ознакою блогів в цілому та військових блогів, зокрема, є інтерактивність. О.О. Селіванова під інтерактивністю (*interaction*) розуміє "текстово-дискурсивну категорію, що представлена суб'єктно-об'єктно-суб'єктною взаємодією адресанта й адресата на підставі знакового континууму тексту" [6, с. 185]. Інтерактивність є складовою частиною військових блогів, що реалізується через надання можливості брати активну участь в обговоренні будь-якої події. Інтерактивність військових блогів реалізується використанням спонукальних речень: "Share", "Comment", "Readthefullstory". Наведені приклади підтверджують, що заклики до інтерактивності спрямовані на негайну комунікацію між автором блогу та онлайн-читачем. Завдяки інтерактивним можливостям у блозі читачі отримують можливість виразити свою думку з приводу інформації, яку їм пропонують журналісти, а також самостійно створювати текстову, аудіо- та відеоінформацію.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших досліджень. Можливості віртуального простору відкривають нові перспективи дослідження блогів, зокрема військових блогів, характерними ознаками яких є гіпертекстова структура та інтерактивність. Викладені результати дослідження відкривають перспективу подальших наукових розвідок, зокрема вивчення лексичних, синтаксичних та параграфемних засобів у військових блогах.

Список використаних джерел

1. Горошко Е. И. Политический блоггинг в глобальной и локальной перспективах / Е. И. Горошко // Вісник Одеського національного університету. Сер. "Соціологія і політичні науки". – Одеса, 2009. – Т. 14, вип. 13. – С. 335-345.
2. Дорожкін Ю. Інтернет в избирательных кампаниях: современные особенности и функции / Ю. Дорожкін, Н. Солонникова // Власть: общественно-научный политический журнал. – М., 2007. № 6 – С. 31-34.
3. Елькина О.М. Блог как средство асинхронной веб-коммуникации [Электронный ресурс] / О. М. Елькина // Университетские чтения – материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Пятигорск: ПГЛУ, 2009. – Ч. V. – С. 180-184 – Режим доступа: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2009/V/uch_2009_V_00035.pdf
4. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента [Электронный ресурс] / К. А. Карякина // Электронный научный журнал МГУ имени М. В. Ломоносова "МедиаСкоп". – М., 2010. – №1. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/524>.
5. Коновалова М.В. Виртуальное пространство как творческая платформа медиадискурса / М. В. Коновалова // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2013. – Вып. 76 (№10) (301). – С. 126-129.
6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
7. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Лариса Юрьевна Щипицина. – М.: КРАСАНД, 2010. – 296 с.
8. Allan S. Citizen Journalism: Global Perspectives / Stuart Allan, Einar Thorsen. – NY: Peter Lang Publishing, 2009. – 277 p.
9. Bennet D. Digital Media and Reporting Conflict: Blogging and the BBC Coverage of War and Terrorism / Daniel Bennet. – NY: Routledge, 2013. – 292 p.
10. Oxford English Dictionary. – London: Oxford University Press, 2011.
11. Pavlic J. V. New Media Journalism / J. V. Pavlic // 21st Century Communication. A Reference Handbook. – Los Angeles, 2009. – 970 p.
12. Technorati [Электронныйресурс]. – Режимдоступу: <http://technorati.com/blogs/top100/>.
13. Thomas A. Fictional blogging / Angela Thomas //Uses of blogs. – New York: Peter Lang., 2006. – P. 199-210.
14. Tremayne M. Harnessing the active audience: Synthesizing blog research and lessons for the future of media // Blogging, Citizenship and the Future of Media. – New York: Routledge, 2007. – P. 72-261.
15. Афганістан-аналіст [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://afghanistan-analyst.org/afghanistan-blogs/>.

16. AfghanistanCrossroads [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://afghanistan.blogs.cnn.com/>.

17. AfghanistanCrossroads [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://afghanistan.blogs.cnn.com/2011/10/10/brutal-tribal-justice-in-afghanistan/>.

18. CNN [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edition.cnn.com/exchange/blogs/>.

19. The Guardian Observer [Електроннийресурс]. – Режимдоступу: <http://www.theguardian.com/technology/2008/mar/09/blogs>.

20. Where is Raed? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dear_raed.blogspot.ca/.

Надійшла до редколегії 22.03.16

И.В. Тырон, канд. филол. наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ВОЕННЫЙ БЛОГ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАСС-МЕДИЙНОМ КОНТИНУУМЕ

В статье на материале английского языка рассматриваются структурно-семантические особенности военных блогов. Особое внимание уделяется гипертекстовой структуре и интерактивным возможностям военных блогов.

Ключевые слова: блог, военный блог, гиперссылка, интерактивность.

I.V. Tyron, PhD in Translation.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

MILITARY BLOG IN CONTEMPORARY ENGLISH MASS-MEDIA CONTINUUM

The article deals with structural and semantic peculiarities of military blogs. Special attention is paid to hypertextual structure and interactive capabilities of military blogs.

Key words: blog, hypertext, interactivity, military blog.