

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Журналістика

Том 33 (72) № 5 2022

Частина 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

Головний редактор:

Казарін Володимир Павлович – доктор філологічних наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Гадомський Олександр Казимирович – доктор філологічних наук, доктор габітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень Інституту славістики Опольського університету (Ополе, Польща);

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Семенець Ольга Сергіївна (відповідальний секретар) – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Статкевич Лариса Павлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 5 від 19 грудня 2022 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Журналістика» зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 24632-14572ПР від 04.11.2020 року)

***Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
зі спеціальностей 035 – Філологія, 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України
від 17.03.2020 № 409 (додаток 1)***

***Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International
(Республіка Польща)***

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

ISSN 2710-4656 (Print)

ISSN 2710-4664 (Online)

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2022

ЗМІСТ

УКРАЇНСЬКА МОВА

Бабич Т. В.

ВПЛИВ ЕСТЕТИЧНОЇ ЗНАЧУЩОСТІ НА ЗМІНУ СЕМАНТИКИ СЛОВА..... 1

Булик-Верхола С. З.

УКРАЇНСЬКІ МУЗИЧНІ ЕНЦИКЛОПЕДИЧНІ СЛОВНИКИ..... 7

Вакулович Л. Л.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ..... 13

Воловенко І. В.

ВІДПОВІДНІСТЬ ПРАВОПИСНИХ НОРМ ФОНЕТИЧНИЙ
ТА СЛОВОТВІРНИЙ СИСТЕМАМ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ..... 19

Гончаренко А. В.

НОВІТНІ АНГЛІЗМИ ІЗ СЕМАНТИКОЮ ШАХРАЙСТВА
У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ..... 25

Горіна Ж. Д.

КОЛОРИСТИКА МУЗИЧНО-ПОЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ГУРТІВ «СКРЯБІН»
І «ОКЕАН ЕЛЬЗИ»..... 32

Кульбабська О. В.

ОРНІТОЛОГІЧНІ СЛОВА-СИМВОЛИ В ПОЕТИЧНОМУ ПРОСТОРИ
НІНИ ЦАРУК..... 39

Купрікова Г. В.

ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ КОНЦЕПТУ *КИТАЙ*
В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ..... 45

Новікова О. О., Сабельникова Т. М.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕКСТІВ СУЧАСНОЇ
ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ..... 52

Пахненко І. І., Телетова С. Г.

ФЕНОМЕН ПРЕЦЕДЕНТНОСТІ В АНЕКДОТАХ ТА ЖАРТАХ..... 57

Романчук С. М.

ПОРТРЕТ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА:
КОГНІТИВНІ ТА МОРАЛЬНІ АСПЕКТИ..... 63

Рудь О. М., Горбатенко І. С.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРОПЕЇЧНИХ ЗАСОБІВ
У ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ СЕРГІЯ ЖАДАНА..... 70

Стецик Х. М., Добровольська Л. А.

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ ДІАЛЕКТИЗМІВ У СУЧАСНІЙ
УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ
(НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «ЗАЛІЗНА ВОДА» МИРОСЛАВА ЛАЮКА)..... 76

Хола Л. Д.

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ..... 81

Царьова І. В.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ КРИМІНАЛІСТИЧНИХ ЕКСПЕРТИЗ..... 87

Шатілова Н. О. АРЕАЛЬНО МАРКОВАНІ ПРИСЛІВНИКИ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ С. ВОРОБКЕВИЧА.....	92
РОМАНСЬКІ ТА ГЕРМАНСЬКІ МОВИ	
Багач І. Г., Будз І. Ф., Новосад Ю. І. ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ, ЗУМОВЛЕНІ ГРАМАТИЧНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	98
Байтерякова Н. Ю., Безсонова В. А. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ ЖАРГОНІЗМІВ І ПРОСТОРІЧЧЯ ПРИ ДУБЛЮВАННІ АНГЛОМОВНИХ КІНОКОМЕДІЙ (НА ПРИКЛАДІ СЕРІАЛУ «БРУКЛІН 9-9»).....	103
Василенко А. Р., Статкевич Л. П. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕТАФОРИ ЯК ЗАСОБУ ВПЛИВУ В МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	108
Ved T. M., Lyutviyeva Ya. P. GENDER AND PARADYGMATIC LEXICAL INNOVATIONS SPECIFICITY IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE.....	115
Віт Ю. В., Віт Н. П. АНГЛОМОВНІ МЕТАФОРІЧНІ ТЕРМІНИ В ГЕМАТОЛОГІЇ.....	123
Нлаватська Ю. Л. THE SPATIAL AND TEMPORAL CHARACTERISTICS OF THE LITERARY BIOGRAPHY (CASE STUDY OF “STEVE JOBS: BIOGRAPHY”).....	129
Глуховська М. С. ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ОДИНИЦІ ТА ОБМЕЖЕННЯ СКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	134
Гнедкова О. Г., Зигарь А. Р. ЛІНГВІСТИЧНІ МЕТОДИ ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНАХ.....	140
Гнедкова О. Г., Карпенко З. О. КАЛАМБУР ЯК ЕФЕКТ КОМІЧНОСТІ В АУДІО-МЕДІАЛЬНОМУ ТЕКСТІ.....	146
Гнедкова О. Г., Олефіренко К. А. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМОНІМІВ	153
Горюнова М. М., Лобова О. К., Курах Н. П. АНГЛІЦИЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ: АНАЛІЗ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ.....	159
Дуфанець М. М., Карамішева І. Д. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ У ПРОМОВАХ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ БОРИСА ДЖОНСОНА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022.....	164
Ємець Н. О. СОЦІО-КУЛЬТУРНА ДЕТЕРМІНАНТА Я-ЦЕНТРИЧНОСТІ ПОЕЗІЇ ЛУЇЗИ ГЛІК.....	171
Іванців О. В. АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРИКА АНГЛОМОВНОГО ІМІДЖЕВОГО КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСУ.....	177
Карп М. А. КОНТАМІНОВАНА КОГЕРЕНТНІСТЬ У ФУНКЦІЇ СУМІСНОСТІ СИТУАТИВНО- РЕФЕРЕНЦІЙНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЗНАКІВ.....	182

Кондрук А. Ю., Коляда Е. К. НЕЩИРА ПОРАДА ЯК ПОСИЛЮВАЧ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ.....	187
Косович О. В. ТРАНСФОРМОВАНІ АЛЮЗІЇ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ МОВНИХ ПРОЦЕСІВ.....	194
Ніколаєва Н. М. СПОСОБИ УТВОРЕННЯ КОМПОЗИТИВ З КОЛІРНИМИ КОМПОНЕНТАМИ <i>BLAU</i> ТА <i>GELB</i> У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ.....	202
Олійник Л. В. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОПОНІМІВ ФЕДЕРАТИВНОЇ ЗЕМЛІ ШЛЕЗВІГ-ГОЛЬШТЕЙН.....	207
Ольховська Н. С., Міхійченко Н. А. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОР АГРАРНОГО НІМЕЦЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ.....	213
Ольховська Н. С., Яник К. О. ТЕРМІНИ ЯК КЛЮЧОВІ ОДИНИЦІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТЕКСТУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ.....	220
Панченко О. І. ОСУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ СТИСЛОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ).....	226
Пашко С. В., Рябокінь Н. О. АНГЛОМОВНІ ХУДОЖНІ ЗАСОБИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ. МЕТАФОРА, ПОРІВНЯННЯ ТА ГІПЕРБОЛА.....	232
Подоляк М. В. СЛОВОТВОРЧІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ВЕТЕРИНАРНОГО ТЕРМІНА.....	237
Пономаренко О. В., Задоріжна Н. І. ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРС З ЛЮДСЬКИМ ОБЛИЧЧЯМ: НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	243
Прокоф'єв Г. Л. ІРОНІЯ ЯК НАВМИСНА НЕЩИРІСТЬ.....	249
Семенюк Т. П., Усік С. Р. ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ ВЕРСИФІКАЦІЇ КОНЦЕПТУ COVID-19 У СУЧАСНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НІМЕЧЧИНИ.....	257
Усова І. В. АНГЛІЙСЬКА АВІАЦІЙНА ФАХОВА МОВА: СТАНОВЛЕННЯ, ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ	263
ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО	
Abbasova Vusala ANTONYMY OF SOCIO-CULTURAL METAPHORS SUMMARY.....	271
Jamalzade N. E. HIERARCHICAL SENTENCE STRUCTURE IN THE DEPENDENCY GRAMMAR MODEL.....	276

Zeynalli Zh. R., Nazarli R. R. THE ROLE OF PRONOUNS IN CREATING A PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF AN IMAGE THROUGH PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS (BASED ON ROVSHAN ABDULLAOGU'S PSYCHOLOGICAL NOVEL "THERE IS NO ONE IN THIS CITY").....	283
Ляшко О. В. АЛЮЗІЇ ТА РЕМІНІСЦЕНЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ НОВОЗАВІТНИХ ТЕКСТАХ.....	289
Монастир'ова Л. В. ТЕХНОЛОГІЇ МОВНОГО ВПЛИВУ НА НАТОВП.....	295
Осипенко В. Ю. ПОНЯТТЯ ДИСКУРСУ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО ІНТЕРАКТИВНОГО ЯВИЩА (НА ОСНОВІ ДОСЛІДЖЕНЬ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.).....	300
Прищеп О. П., Свисюк О. В. ЗМІНИ КОНЦЕПТУ <i>УКРАЇНА</i> У МОВОМИСЛЕННІ ПЕРШОКУРСНИКІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ 2015, 2018, 2021 ТА 2022 РОКІВ).....	306
Salimova S. R. METAPHORS AND NATIONAL STATE OF MIND.....	311
Тараненко О. Г. КОМПАРАТИВНИЙ СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ НА ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ РІВНІ.....	315
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	320

CONTENTS

UKRAINIAN LANGUAGE

Babych T. V. INFLUENCE OF AESTHETIC SIGNIFICANCE ON CHANGING THE SEMANTIC OF A WORD.....	1
Bulyk-Verkhola S. Z. UKRAINIAN MUSIC ENCYCLOPEDIA DICTIONARIES.....	7
Vakulovych L. L. FEATURES OF NEOLOGISMS' FUNCTIONING IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION.....	13
Volovenko I. V. COMPLIANCE OF SPELLING STANDARDS WITH THE PHONETIC AND WORD-FORMING SYSTEMS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE	19
Honcharenko A. V. NEW ENGLISH BORROWINGS WITH THE SEMANTICS OF FRAUD IN THE MODERN UKRAINIAN LANGUAGE.....	25
Horina Zh. D. COLORS OF THE MUSICAL & POETIC CULTURE OF THE GROUPS “SCRYABIN” & “OCEAN OF ELZA».....	32
Kulbabska O. V. ORNITHOLOGICAL SYMBOLIC NAMES IN THE POETIC SPACE OF NINA GUYVANYUK.....	39
Kuprikova H. V. FEATURES OF THE RECEPTION OF CONCEPT <i>CHINA</i> IN UKRAINIAN LANGUAGE CULTURE.....	45
Novikova O. O., Sabelnykova T. M. LEXICAL-SEMANTIC ORGANIZATION OF THE TEXTS OF MODERN POLITICAL COMMERCIALS.....	52
Pakhnenko I. I., Teletova S. G. THE PHENOMENON OF PRECEDENCE IN ANECDOTES AND JOKES.....	57
Romanchuk S. M. PORTRAIT OF THE LANGUAGE PERSONALITY OF THE STUDENT: COGNITIVE AND MORAL ASPECTS.....	63
Rud O. M., Horbatenko I. S. THE FUNCTIONING OF TROPIC MEANS IN POETIC TEXTS OF SERHIY ZHADAN.....	70
Stetsyk Kh. M., Dobrovolska L. A. STYLISTIC FUNCTIONS OF DIALECTICISM IN MODERN UKRAINIAN LITERATURE (BASED ON THE NOVEL «IRON WATER» BY MYROSLAV LAIUK).....	76
Khoda L. D. LINGUISTIC FEATURES OF THE OUTDOOR ADVERTISING OF UKRAINE IN THE WARTIME CONDITIONS.....	81
Tsareva I. V. INVENTORY OF FORENSIC EXAMINATION TERMINOLOGY.....	87

Shatilova N. O. AREALLY MARKED ADVERBS IN THE ARTISTIC TEXTS OF S. VOROBKEVYCH.....	92
ROMANIC AND GERMANIC LANGUAGES	
Bahach I. H., Budz I. F., Novosad Yu. I. TRANSLATION DIFFICULTIES CAUSED BY THE GRAMMATICAL FEATURES OF THE ENGLISH LANGUAGE.....	98
Baiteriakova N. Yu., Bezsonova V. A. PECULIARITIES OF JARGONISMS AND COLLOQUIALISMS TRANSLATION WHEN DUBBING THE ENGLISH COMEDIES (ON THE EXAMPLE OF THE TV SERIES “BROOKLYN 9-9”).....	103
Vasylenko A. R., Statkevych L. P. MANIPULATIVE IMPACT OF METAPHOR IN MASS MEDIA DISCOURSE: THEORETICAL ASPECT.....	108
Ved T. M., Lyutviyeva Ya. P. GENDER AND PARADYGMATIC LEXICAL INNOVATIONS SPECIFICITY IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE.....	115
Vit Iu. V., Vit N. P. ENGLISH METAPHORIC TERMS IN HEMATOLOGY.....	123
Hlavatska Yu. L. THE SPATIAL AND TEMPORAL CHARACTERISTICS OF THE LITERARY BIOGRAPHY (CASE STUDY OF “STEVE JOBS: BIOGRAPHY”).....	129
Hlukhovska M. S. APPROACHES TO EXPLANATION OF CONCEPT OF PHRASEOLOGICAL UNITS AND LIMITATION OF COMPOUND OF ENGLISH PHRASEOLOGY.....	134
Hniedkova O. H., Zyhar A. R. LINGUISTIC METHODS OF INFLUENCE IN ENGLISH ADVERTISING SLOGANS.....	140
Hniedkova O. H., Karpenko Z. O. PUN AS A COMIC EFFECT IN AN AUDIOMEDIAL TEXT.....	146
Hniedkova O. H., Olefirenko K. A. THE PECULIARITIES OF THE ENGLISH-LANGUAGE FILM TITLES TRANSLATION	153
Goriunova M. M., Lobova O. K., Kurakh N. P. ANGLICISMS IN THE GERMAN LANGUAGE: ANALYSIS OF MEDIA DISCOURSE.....	159
Dufanets M. M., Karamysheva I. D. STATISTICAL ANALYSIS OF THE MEANS OF EXPRESSING PERSUASION IN THE SPEECHES OF THE PRIME MINISTER OF GREAT BRITAIN BORIS JOHNSON DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR 2022.....	164
Yemets N. O. SOCIO-CULTURAL I-CENTRICITY DETERMINANT IN LOUISE GLUCK POETRY.....	171
Ivantsiv O. V. ANTHROPOMORPHIC METAPHORS OF THE ENGLISH CORPORATE DISCOURSE OF IMAGE-MAKING	177
Karp M. A. CONTAMINATED COHERENCE AS A FUNCTION OF SITUATION-REFERENTIAL SIGNS’ COMPATIBILITY.....	182

Kondruk A. Yu., Koliada E. K. INSINCERE ADVICE AS A MANIPULATION AMPLIFIER	187
Kosovych O. V. TRANSFORMED ALLUSIONS IN THE FRENCH LANGUAGE AS A REFLECTION OF THE DEMOCRATIZATION OF LANGUAGE PROCESSES.....	194
Nikolaieva N. M. METHODS FOR THE FORMATION OF COLORONYMS WITH A COLOUR COMPONENT <i>BLAU</i> AND <i>GELB</i> IN A GERMAN LANGUAGE JOURNALISTIC TEXT.....	202
Oliinyk L. V. STRUCTURAL-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF TOPONYMS OF THE FEDERAL LAND SCHLESWIG-HOLSTEIN.....	207
Olkhovska N. S., Mikhienko N. A. STRUCTURAL-SEMANTIC FEATURES OF METAPHORS OF AGRARIAN GERMAN-SPEAKING DISCOURSE.....	213
Olkhovska N. S., Yanyk K. O. TERMS AS KEY UNITS OF GERMAN-SPECIFIC TEXT: TRANSLATION ASPECT.....	220
Panchenko O. I. CONTEMPORARY UNDERSTANDING OF COMPRESSED TEXT (ON THE MATERIAL OF UKRAINIAN AND ENGLISH)	226
Pashko S. V., Riabokin N. O. ENGLISH ART MEDIA AND METHODS OF THEIR TRANSLATION. METAPHOR, SIMILE AND HYPERBOLE.....	232
Podoliak M. V. WORD-FORMING FEATURES OF THE ENGLISH VETERINARY TERM.....	237
Ponomarenko O. V., Zadorizhna N. I. DIPLOMATIC DISCOURSE WITH A HUMAN FACE: THE LATEST DEVELOPMENT TRENDS.....	243
Prokofiev G. L. IRONY AS A DELIBERATE INSINCERITY.....	249
Semeniuk T. P., Usik S. R. PECULIARITIES OF NONVERBAL VERSIFICATION OF THE CONCEPT OF COVID-19 IN THE MODERN GERMAN MASS MEDIA.....	257
Usova I. V. ENGLISH AVIATION PROFESSIONAL LANGUAGE: FORMATION, GENERAL FEATURES AND SPECIFIC CHARACTERISTICS.....	263
GENERAL LINGUISTICS	
Abbasova Vusala ANTONYMY OF SOCIO-CULTURAL METAPHORS SUMMARY.....	271
Jamalzade N. E. HIERARCHICAL SENTENCE STRUCTURE IN THE DEPENDENCY GRAMMAR MODEL.....	276

Zeynalli Zh. R., Nazarli R. R. THE ROLE OF PRONOUNS IN CREATING A PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF AN IMAGE THROUGH PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS (BASED ON ROVSHAN ABDULLAOGU'S PSYCHOLOGICAL NOVEL "THERE IS NO ONE IN THIS CITY").....	283
Liashko O. V. ALLUSIONS AND REMINISCENCES IN THE ENGLISH NEW TESTAMENT TEXTS.....	289
Monastyrova L. V. TECHNOLOGIES OF LANGUAGE INFLUENCE ON A CROWD.....	295
Osypenko V. Yu. THE CONCEPT OF DISCOURSE AS A COMMUNICATIVE INTERACTIVE PHENOMENON (BASED ON THE MATERIALS OF THE SECOND HALF OF THE 20 TH CENTURY).....	300
Pryshchepa O. P., Svysiuk O. V. CHANGES OF THE CONCEPT OF UKRAINE IN THE FIRST-YEAR STUDENTS' LANGUAGE THINKING (BASED ON RESULTS OF THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT OF 2015, 2018, 2021 AND 2022).....	306
Salimova S. R. METAPHORS AND NATIONAL STATE OF MIND.....	311
Taranenko O. G. COMPARATIVE SEMANTIC ANALYSIS IN UKRANIAN AND ENGLISH ON THE BASIS OF PHRASEOLOGICAL LANGUAGE LEVEL	315
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS.....	320

УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК. 81.373.612

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/01>**Бабич Т. В.**

Центральноукраїнський національний технічний університет

ВПЛИВ ЕСТЕТИЧНОЇ ЗНАЧУЩОСТІ НА ЗМІНУ СЕМАНТИКИ СЛОВА

У статті розглянуто проблему використання мови в її естетичній функції та виникненню нової якості мовних одиниць в літературно-художньому тексті – естетичної. Таким чином, завданням естетики слова стає вживання найбільш спільних закономірностей такого функціонування.

Виникнення естетичного феномену як центру комунікативно-когнітивного простору зумовлює актуальність даної проблеми, коли особистість створює індивідуальний мікросвіт та шляхом естетичного оцінювання фокусує свою свідомість на оточуючій дійсності.

При глибокому аналізі естетичної значущості мовних одиниць варто враховувати їх унікальність, яка зумовлена лінгво-естетичною природою мовного знака в художньо-поетичному тексті. Упевнено можна стверджувати, що на функціонування мовних одиниць у творах літературного мистецтва значний вплив мають не лише загальнозаведені норми даної мовної системи, але й закономірності організації художнього цілого, його ідейно-образного змісту. Тому естетичну значущість варто розглядати як принципово нову якість мовних одиниць, що здатна, крім буквальних значень, виражати ідейно-образну інформацію

Естетичну значущість мовного знака заведено визначати, як правило, змінами семантики його слова, у наслідку чого слова у контексті художнього твору набувають відмінностей від загальнонародного розуміння змісту або відтінків змісту цих лексем. Такі зміни семантики слова у художньому тексті не виникають довільно. Наслідок їх виникнення пов'язаний із закономірностями організації мовної канви художнього тексту. Поетичний твір заведено розглядати як складно організовану структуру, обов'язковою умовою якої є формування та реалізація художнього тексту, в основу якої покладена авторська концепція світосприйняття. Адже фундаментом естетики будь-якого твору стає індивідуально-авторська інтерпретація. Через це в художньому творі мовні одиниці можуть набувати смислової багатоплановості в реалізації естетичної функції, та начебто надбудовуватись над словниковим значенням слів та утворюють начебто другий ярус смислової системи. Ця двоплановість слова і складає основу його образності, та навіть нейтральні значення лексем можуть в індивідуально-авторському переусвідомленні стати оригінальними та набути естетичної значущості.

Ключові слова: естетична значущість слова, художній текст, емоційне значення, зміна семантики слова

Постановка проблеми. Найчастіше мовознавці висвітлюють призначення естетичної значущості у поетичних творах та акцентують увагу на принципова важливому чиннику, що її функціонування можливе лише на рівні індивідуального мовлення, а зокрема в образотворчому мовленнєвому акті виявляються інакомовні, комунікативно-пізнавальні, оціночно-чуттєві, асоціативно-уявні та інші потенційні можливості якості мови. Важливо також встановити сферу функціонування мовно-художніх одиниць у літературно-худож-

ньому творі в естетичній функції у наслідку чого у художньому тексті відбуваються різного роду зміни семантики слова та лексичні одиниці набувають новий контекстуальний смисл.

Аналіз останніх комплексних тематичних досліджень і публікацій багатьох праць вітчизняних вчених висвітлено питання естетичної значущості у системі літературно-художніх творів, як от: В.Д. Буряка, М.І. Голянич, А.А. Загнітка, Л.А. Лисиченко, Д.І. Мельник, Л.В. Оліфіренко, О.О. Семенець тощо.

Дослідники глибоко проаналізували механізми естетичних зрушень, та акцентують увагу на актуальності цієї проблеми та необхідності глибше та детальніше її. Реалізація цього механізму можлива завдяки експлікації значень мовної одиниці, яка висвітлює важливість та сучасність цієї естетичної ситуації, що зумовлена комунікативними потребами їх вивчення, адже інші ресурси слова другорядні.

Цілями та завданнями статті стають дослідження світоглядних концепцій поетів-шістдесятників та визначення естетичної значущості у процесі зміни семантики слова, а також аналіз семантичних одиниць у поетичних творах шляхом їх співвіднесення одна з одною на тлі їх загальнонародних значень.

Виклад основного матеріалу. Актуальним напрямом сучасного мовознавства є дослідження закономірностей семантичних трансформацій лексичних одиниць. У літературно-художньому творі слово виконує особливу естетичну функцію та набуває категорії «значущість», яка у контексті зберігає своє основне значення і виявляється у певній системі співвіднесеності з іншими лексичними одиницями тексту.

Значення та значущість – це різні аспекти того самого об'єкта – мовного знака. І значення, і значущість виявляються завдяки спільній для них категорії відношення. Але якщо при формулюванні значення враховуються співвіднесення між планом вираження знака (матеріальною його стороною) та планом змісту (понятійно-змістовною стороною), то для виявлення значущості мовної одиниці необхідно враховувати всю сукупність її системних зв'язків, асоціативних та суто суб'єктивних. Такі зв'язки складно передбачити, коли ми розглядаємо мовну одиницю як елемент системи, але вони стають очевидними при аналізі конкретного твору мовного мистецтва. Тобто на рівні індивідуального мовлення значущість мовної одиниці формується значною мірою синтагматичним оточенням.

Таким чином, слово в системі художнього твору наділяється не лише значенням, але й значущістю, що дозволяє йому, крім іншого, виконувати естетичну функцію.

Будь-які аспекти використання лінгвістичних одиниць у поезії враховують те, що мова в літературно-художньому творі є не стільки засобом спілкування, скільки матеріалом для словесно-художньої творчості, і виконує насамперед особливу естетичну функцію, призначення якої полягає в тому, що мова стає основним засобом утілення художнього замислу автора. При цьому слід від-

значити, що естетична функція в художньому творі притаманна всім без винятку лінгвістичним одиницям, однак у першу чергу вона характеризує слово і може ставати, зокрема, причиною різних семантичних змін у структурі його значення.

Під естетичними закономірностями організації художнього твору розуміємо ті необхідні, об'єктивні зв'язки, які виникають між мовними одиницями, що виражають ідейно-образний зміст. Поняття «естетичні закономірності» містить, по перше, зображення чинників об'єктивної дійсності, як вона відбита у буденній свідомості, по друге, ставлення автора до предмету зображення. Критично важливою стає співвіднесеність слів, у результаті чого виникає новий, образний зміст, який виражає новизну авторського розуміння оцінки предмету зображення.

Отже, характер та ступінь вияву естетичної значущості у зумовленій естетичними закономірностями організації конкретного художнього твору, а саме: такими естетичними зв'язками, які встановлюються між мовними одиницями, що виражають особливий, індивідуально-авторський зміст. Естетична значущість мовних одиниць виникає у процесі їх співвіднесення

Заведено розглядати естетичну функцію слова в художньому тексті, враховуючи його поетичну природу, та виділяти в ньому внутрішню форму, як «відношення змісту думки до свідомості». Виходячи з цього, поетичний контекст звичний для нас образ може інтерпретувати за миттєвим настроєм. В такій мовленнєвій ситуації слово стає знаряддям засобом художнього зображення, та у своїй естетичній функції стає матеріалом мистецтва. Виконуючи свою основну функцію – передавати думки, бути засобом спілкування, слова в художньому творі виявляють ще й естетичну функцію, тобто, вступаючи у сполучення з іншими словами, вони не тільки впливають одне на одного, але ще й народжують образність. При цьому, комунікативний рівень художнього мовлення підпорядковується естетичному та міцно пов'язаний з комунікативно-когнітивним, впливає з нього і завдяки цьому створює нові закони мистецтва, формує унікальні співвідношення та мовні змісти. Ці емоційно-образні переосмислення значень встановлюють звуко-сміслових зв'язках там, де вони приховані за фонетичною формою. Саме тому комунікативно-когнітивна та естетична функції, поєднуючись, стають ключем для дешифрування коду поетичного висловлювання.

У поетичних текстах домінантою стає естетична функція, яка виявляє себе в тому, що слово

презентує себе не тільки як характеристика об'єкта, але й як вияв емоцій, коли значення слів, їх зовнішня та внутрішня форми, їх комбінації, їх значення набувають ваги та цінності самі по собі, а не просто відбивають реальність.

Це означає, що використання мови в естетичній функції зумовлює появу нової якості мовних одиниць у літературно-художньому творі – естетичної. Елементи загальнонародної мови включаються тут в особливі зв'язки й відношення та, відповідно до естетичних завдань, стають вмістилищем, крім словникового значення, інформації про ідейно-образний зміст художнього твору. У результаті цього в межах поетичного дискурсу відбуваються різного роду зміни семантики слів та слова набувають нового, контекстуального змісту, стаючи елементами нової образності.

Надважливим при визначенні естетичної функції мови стає визнання того, що її реалізація можлива тільки на рівні індивідуального мовлення, особливим різновидом якого є твір мовного мистецтва. Тому мовні одиниці завдяки дії естетичної функції в художньо-образному мовленнєвому акті реалізують свої потенційні можливості не лише в гносеологічному напрямку, але й в оціночно-чуттєвому.

При цьому наше розуміння естетичної значущості слів зводиться до того, що таку значущість слова можуть отримувати тільки на рівні образотворчого дискурсу – у творі мовного мистецтва. На рівні мовної норми, у загальнонародному вживанні, є сенс говорити про експресивний компонент значення слова, емоційно-стилістичну забарвленість, а не естетичну значущість. Таке розуміння суголосне сучасним поглядам щодо слова у семасіології та функціональній стилістиці.

Визначення того, які елементи в системі художнього цілого є естетично значущими, залежить від розуміння образності, усвідомлення того, що вважати образним у художньому тексті. Було б помилкою вважати естетично значущими в художньому тексті лише власне образні елементи: метафори, порівняння, епітети та ін. Ми дотримуємося думки про образність усіх мовних елементів художнього тексту з урахуванням їх ієрархії у вираженні ідейно-образного змісту.

Останні комплексні дослідження переконливо доводять важливу думку про загальну образність тексту, яка вплетена в його канву інтерпретацій, а ознаки та сигнали, які створюють програму, складаються з набору мовних показників емотивності тексту.

Вищесказаного показує, що справа не лише в одних образних засобах вираження, що вона

є і у слові, і у його потенційних можливостях відповідно до художнього замислу, естетичної організації різноманітних мовленнєвих засобів та їх внутрішніх зв'язків. Тому в кожному по-справжньому художньому творі будь-яка, навіть найменша одиниця структури, навіть та, що не зупиняє на собі увагу, стає компонентом більш складної єдності, яка вже впливає на нас естетично. В такому випадкові виступає складним елементом культури.

Принципово важливого значення у вираженні ідейно-образного змісту твору набувають мовні одиниці, які містять у собі інформацію про склад думок та почуттів автора тексту. При естетичній реалізації семантика мовних одиниць трансформується в результаті смислових зв'язків у синтагматичі, формується під впливом ситуації та контексту й набуває природжень компонентів смислу, стаючи носієм експресивності та образності. Через це естетична спрямованість тексту зумовлює своєрідність його структурно-семантичної організації. Отже, естетичні якості художнього мовлення містяться передусім у його творчому характері.

Поетичний дискурс стає генератором творення нових смислів, які перетворюють увесь світ, слугуючи темі та ідеї художнього задуму. Естетична значущість мовних одиниць має свою специфіку, яка зумовлена лінгвоестетичною природою мовного знака в художньому тексті. Іншими словами, функціонування мовних одиниць у творі мовного мистецтва визначається не лише правилами мовної системи, але й закономірностями організації художнього цілого, його ідейно-образним змістом. Беручи до уваги сучасні погляди, згідно з якими значущість це інформація, яка міститься у формальній оболонці слова, естетичну значущість визначаємо як принципово нову якість мовних одиниць, яка виникає у художньому тексті, як особливого роду інформативність – здатність, крім словникових значень, виражати ідейно-образну інформацію.

Естетична значущість словесного знака зумовлена здебільшого змінами його семантики. Це явище, у результаті якого мовні одиниці в поетичному тексті набувають змістових відмінностей, порівняно з їх традиційними уживаннями в мові. Такі інновації в художньому тексті не виникають довільно. Їх утворення зумовлене естетичними закономірностями організації поетичного тексту, який постає як складний злагоджений механізм.

Першочерговою умовою створення та здійснення художнього мовлення стає реалізація у ньому особистісного авторського світогляду.

Тобто, в основі естетики конкретного твору лежить авторська естетична концепція. Тому в художньому творі мовні одиниці можуть набувати смислової багатоплановості. Слова в естетичній функції начебто надбудовуються над звичайним уживанням мовних одиниць, утворюючи другий “ярус” системи та разом із першим – своєрідну, естетичну за своїм характером знакову систему. Така двоплановість слова і формує основні засади його образності. Навіть нейтральні слова можуть стати в літературному творі естетично значущими, неповторними.

Механізм естетичного перетворення слів полягає в експлікації певного значення мовної одиниці, яке стає важливим, актуальним для даної естетичної ситуації, зумовленим комунікативною метою висловлювання, інші “ресурси” слова залишаються другорядними. Отже, слово в результаті естетичного перетворення може набувати раніше не властивих йому якостей емоційного забарвлення, одночасно реалізувати не одне, а декілька значень. Естетика слова вимагає постійно змінювати об’єктивно-суб’єктивні уявлення та враження про об’єктивну реальність відповідно до національної ментальності та духовного світу творця.

Естетичні закономірності містить, по-перше, зображення чинників об’єктивної дійсності, та їхню репрезентацію в буденній свідомості і, по-друге, ставлення автора до предмета зображення. Важливого значення при цьому набуває характер використання слів або інших мовних одиниць, у результаті чого у словах з’являється новий, образний зміст, який виражає новизну авторського розуміння та оцінку предмета зображення. Глом, на якому усвідомлюється суперечність в художньому тексті, стає взірцем, а, отже, уявлення про бажане або наявне, що в кожному творі має мовну реалізацію.

Отже, ступінь та характер естетичної значущості зумовлені естетичними закономірностями організації конкретного художнього твору та тими необхідними зв’язками, які встановлюються між мовними одиницями й реалізують специфічний ідейно-образний зміст. Естетична значущість мовних одиниць виявляється шляхом їх контекстуального співвіднесення та на тлі загальнонародних значень цих одиниць. Аналіз слів у їхній естетичній функції дуже важливий для розуміння естетичної природи мови художнього твору.

Простежимо естетичні трансформації слова на прикладах творчості Л.В. Костенко:

Ваші теплі долоні і мої відморожені руки [1, 251].

Естетичний ефект цього рядка виникає передусім завдяки стилістичному прийому антонімічної співвіднесеності слів *теплі* та *відморожені*, які в результаті такого акцентування набувають смислової значущості та естетичної цінності, стаючи найважливішими семантичними пунктами у системі поетичного контексту. Зберігаючи своє значення, слово *теплий* (теплий – який захищений від холоду, зігріває [СУМ, X, 771]) набуває особливо важливого значення на фоні трагічного стану ліричної героїні, яке властиве слову *відморожений* (відморозити – внаслідок сильної дії морозу пошкодити частину тіла, довести її до омертвіння [СУМ, I, 610]), та у даному контексті наділений особливою експресивністю. При цьому, смислові якості кожного компонента залишається незмінними, але стають каталізатором в проявленні стилістичних якостей одиниць протилежного ряду.

Яскравим показником оксюморонної побудови виступають наступні рядки В.А. Симоненка:

*Під сонцем вічності древніє й молодіє
Його жорстка і лагідна душа* [2, 123].

Слово *жорстка* (жорсткий² – суворий, різкий, немилосердний [СУМ, II, 544]) та *лагідна* (лагідний – спокійний, сумирний, тихий [СУМ, IV, 431]) стають компонентами авторської антитези. Семантична особливість її використання включає оцінний компонент, що розкриває якісні кордони душі.

Показовими при виявленні естетичних намірів автора є зіштовхування різнопланових одиниць. У складі одного структурного цілого вони часто використовуються для створення іронічного ефекту, як у прикладі:

*Очі сині, очі сині, очі сонні! –
від котрих млосьно баранів,
на його тавричеській персоні
залишали більма орденів* [1, 381].

Естетичний зміст розкривається у наслідок контрастного поєднання різностильових засобів: піднесений початок поезії (*очі сині, очі сині*) відзначений урочистим повтором, що аж ніяк не передбачає вживання епітета *сонні*, а тим більше розмовних слів *баранів*, яке визначає людину нерозумну, *більма*, на позначення плями, та росіянізму *котрих*. Тому й піднесене *персона* (персона – людина як окрема особистість [СУМ, VI, 416]) набуває іронічного змісту. Висока насиченість уривка різностильовими контрастами робить цей вислів естетично завершеним і поліфонічним.

У поезії В.А. Симоненка „Притча про смерть” слово *екземпляр* (екземпляр – у перен. значенні

про людину як представника групи людей з певними властивостями, рисами (дуже часто негативними) [СУМ, II, 456]) позначає хитрого, з позиції смерті, чоловіка:

*Ну й попався екземпляр,
хитрий чоловік*" [2, 505].

Іронічний ефект виник через поєднання різностильових мовних засобів: емоційно негативно забарвленого *екземпляр* та нейтрального *чоловік*.

Показово естетична значущість реалізує свої потенційні можливості в текстових повтореннях:

Життя – спокута не своїх гріхів.

*Життя – це оббирання реп'яхів,
що пазурами уп'ялися в душу* [1, 178].

Декількаразове вживання лексеми *життя* створює емоційну напруженість цілого тексту. Таке нагнітання не лише структурно організовує поезію, але й підсилює значення слова *життя* (життя – період існування когось-небудь, вік [СУМ, II, 535]). Слід також звернути увагу на те, що образність у наведеному уривку будується також на припустимій авторській тотожності слів, які позначають різнопланові поняття: „*життя* –

спокута не своїх гріхів...”, „*життя – оббирання реп'яхів*”.

У наступних поетичних рядках Д.В. Павличка спостерігаємо сполучення схожих за звучанням лексем дієслівного та онімного походження:

Виходжу з хати й чую вже здаля –

Голосить в Голосієві земля:

Ой сину мій, велика в мене рана [3, 73].

На перший погляд така подібність здається формальною та зовнішньою. У поетичних рядках тавтологічне зіставлення дієслова *голосити* та назви об'єкта, що має ознаки за цією дією, у словосполученні *голосить в Голосієві*, набуває особливого значення.

Висновки. Отже, використання мови в естетичній функції приводить до появи нової якості мовних одиниць у художньому творі, коли кожен елемент мовної системи, крім прямого значення, містить у собі естетичну інформацію. Наслідком цього стає виникнення різного роду семантичних перетворень мовних одиниць, які формують новий, контекстуальний смисл мовного знака та його естетичну значущість у системі художніх координат поетичного тексту.

Список літератури:

1. Костенко Л.В. Вибране. Київ, 1989. 560 с.
2. Павличко Д.В. Вибрані твори: у 2-х томах. Київ : Дніпро, 1979.
3. Симоненко В.А. Твори: у 2-х томах, Черкаси : Брама – Україна, 2004.
4. СУМ – Словник української мови: в 11-ти томах. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
5. ФСУМ–Словник фразеологізмів української мови / за ред. В.О. Винника. Київ : Наукова думка, 2003. 1104 с.

Babych T. V. INFLUENCE OF AESTHETIC SIGNIFICANCE ON CHANGING THE SEMANTIC OF A WORD

The article examines the problem of using language in its aesthetic function and the emergence of a new quality of language units in a literary and artistic text – aesthetic. Thus, the task of the aesthetics of the word becomes the use of the most common patterns of such functioning.

The emergence of the aesthetic phenomenon as the center of the communicative-cognitive space determines the relevance of this problem, when a person creates an individual microcosm and, through aesthetic assessment, focuses his consciousness on the surrounding reality.

In a deep analysis of the aesthetic significance of language units, one should take into account their uniqueness, which is determined by the linguistic and aesthetic nature of the linguistic sign in the artistic and poetic text. It can be confidently asserted that the functioning of language units in works of literary art is significantly influenced not only by the generally established norms of this linguistic system, but also by the regularities of the organization of the artistic whole, its ideological and figurative content. Therefore, aesthetic significance should be considered as a fundamentally new quality of linguistic units, capable of expressing ideological and figurative information in addition to literal meanings

It is customary to determine the aesthetic significance of a linguistic sign, as a rule, by changes in the semantics of its word, as a result of which words in the context of an artistic work acquire differences from the general popular understanding of the meaning or shades of the meaning of these tokens. Such changes in the semantics of a word in an artistic text do not occur arbitrarily. The consequence of their occurrence is related to the regularities of the organization of the language canvas of the artistic text. It is customary to consider a poetic work as a complexly organized structure, the mandatory condition of which is the formation and realization of an artistic text, which is based on the author's concept of world perception. After all, the basis

of the aesthetics of any work is the individual author's interpretation. Because of this, in an artistic work, language units can acquire semantic multifacetedness in the implementation of an aesthetic function, and seem to build on the dictionary meaning of words and form, as it were, the second tier of the semantic system. This duality of the word forms the basis of its imagery, and even the neutral meanings of tokens can become original and acquire aesthetic significance in the individual author's re-awareness.

Key words: *aesthetic significance of the word, artistic text, emotional meaning, change in the semantics of the word*

Булик-Верхола С. З.

Національний університет «Львівська політехніка»

УКРАЇНСЬКІ МУЗИЧНІ ЕНЦИКЛОПЕДИЧНІ СЛОВНИКИ

У статті досліджено українські музичні енциклопедичні словники, які сприяють цілісному осмисленню й узагальненню української музикознавчої науки та теоретичному обґрунтуванню української музичної культури як суб'єкта світового культурного процесу.

Дослідження є новим для україністики, оскільки музичні словники енциклопедичного типу в Україні ще не вивчено. Енциклопедичні видання утверджують українську культуру як рівноправну складову частину світових глобалізаційних явищ і засвідчують становлення масштабної царини національної музичної науки – музичної україністики.

Спостерігаємо дві провідні тенденції розвитку музичної енциклопедичної термінографії в Україні: прагнення відродити несправедливо забуті або вилучені з обігу питомі українські поняття й намагання осмислити набутий світовою культурою і часто заборонений у радянський час досвід модерного музичного мистецтва.

У статті проаналізовано дванадцять музичних словників енциклопедичного типу: вивчено авторський склад словників; принципи відбору матеріалу, визначення обсягу словникових статей та кількість гасел; концепції перекладу, транслітерації та редагування словникових статей; правописні проблеми; послідовність використання джерельної бази.

Найбільшим здобутком українського музикознавства є фундаментальна «Українська музична енциклопедія», яка гідно репрезентує українську гуманітарну наукову та культурну царини у світі. Тут вперше висвітлено такі питання: значний міжнародний резонанс творчої праці українських митців, спадковість української музичної культури від часів пізнього палеоліту через традиції усної народної творчості та музики часів Київської Русі до сучасного професійного мистецтва, діяльність української мистецької діаспори, проникнення української культури за межі України й поява явищ інших національних культур в Україні. Енциклопедичні видання відіграють важливу роль в осягненні найважливіших здобутків, виявленні провідних тенденцій, а також проблем і суперечностей українського музикознавства.

Ключові слова: енциклопедичний словник, словник музичних термінів, музичне словникарство, українська музична термінологія, термінографія.

Постановка проблеми. Видання різноманітних словників, зокрема енциклопедичних, а також посібників, довідників є показником не лише високої активності термінологічної діяльності в суспільстві, а й актуальності мовного питання в державі. Інтелектуальне надбання музикознавчої науки збирають і зберігають галузеві словники, які, фіксуючи передову думку свого часу й рівень розвитку музичного мистецтва, відображають внутрішньомовні закони розвитку лексичної системи мови та міжмовні контакти.

Актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення українських музичних словників енциклопедичного типу, яких є досить багато. Такий аналіз дозволить виявити стан і вектори розвитку українського музикознавства та україністики, а також особливості розкриття національної музичної культури в лексикографічних працях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Музичну термінологію української мови досліджу-

вали такі лінгвісти: О. Горбач, З. Булик, М. Шекера, В. Ярмак, Н. Пишна, І. Кульчицький, Л. Морошану та ін. Музичну термінографію охарактеризовано у монографії «Українське словникарство: історія, теорія, практика» [1]. Проте українські музичні енциклопедичні словники ще не досліджено.

Мета цього дослідження – з'ясувати тенденції становлення і розвитку музичного енциклопедичного словникарства в Україні, проаналізувати якісні та кількісні зміни в процесі лексикографічного опрацювання музичних понять. Відповідно до мети дослідження необхідно дослідити такі аспекти: авторський склад словників; принципи відбору матеріалу, визначення обсягу словникових статей та кількість гасел; концепції перекладу, транслітерації та редагування словникових статей; правописні проблеми; послідовність використання джерельної бази.

Виклад основного матеріалу. Особливе місце в музичній лексикографії посідає перше

енциклопедичне видання, створене в діаспорі. Це «Мала українська музична енциклопедія» **О. Залеського** [2], що була опублікована в Мюнхені 1971 року. Автор зазначає, що «хотів допомогти тим, які цікавляться музикою й шукають пояснень різних музичних висловів, чи, хоч коротеньких відомостей про українських музичних мистців і діячів. Скласти – хоч і малу – музичну енциклопедію на чужині, де немає потрібних джерел, справа нелегка...» [2, с. 5]. Енциклопедія фіксує інформацію про заборонених або замовчуваних у той час в Україні музикантів (Віктор Кривусів, Мар'яна Лисенко, Іван Левицький та ін.), про діячів із діаспори (Оксана Бризгун-Соколик, Всеволод Будний, Олександр Кошиць та ін.), подає тлумачення музичних термінів (*капеля* – «оркестра або хоровий ансамбль, як колишні крипацькі інструментальні капелі, чи пізніші хорові капелі (Українська Державна Капеля під орудою О. Кошиця, Капеля бандуристів ім. Т. Шевченка під орудою Г. Китастого)» [2, с. 47], *ораторія* (з лат.) – «більший хоровий твір на релігійні теми зі солоспівами в супроводі оркестри» [2, с. 83]). Музична енциклопедія Осипа Залеського мала дуже важливе значення для збереження та розвитку українського музичного мистецтва за межами України – і в Європі, де була видана, і в Америці, де була створена.

Надзвичайне значення для розвитку духовного та інтелектуального потенціалу української нації мала «Енциклопедія українознавства» за редакцією **Володимира Кубійовича**, що вийшла в діаспорі в 1955–1984 роках і була перевидана у Львові в 1993–2003 роках [3]. Ця фундаментальна праця стала невичерпним джерелом наукової інформації про матеріальне, культурне, зокрема музичне, й політичне життя українського народу від найдавніших часів аж до 60-х років ХХ ст.

Першою в Україні спробою зібрати в одному виданні найзначніші постаті в історії української музики є «Короткий словник діячів української музичної культури» **Б. Водяного, Г. Олексин, М. Ціж** [4], що вийшов друком у Тернополі 1992 року. Укладачі констатують, що «джерел інформації про українську музичну культуру є дуже мало. Сьогодні важко навіть фахівцям, не кажучи вже про ширші кола учнів, студентів і просто шанувальників національного мистецтва, досягнути український музичний процес в його цілості, глобально, як галузку світової культури» [4, с. 3]. У хронологічному плані коло поданих у словнику імен досить широке – від давньоруських співців до наших сучасників (В. Іва-

сюка, М. Скорика). Важливо, що автори в передмові наголошують, що «сьогочасна пора повертає нашій культурі і тих митців, чия творчість була заборонена і замовчувалась упродовж багатьох років. Вперше увійшли до видання імена музичних діячів української діаспори, які творили і пропагували українську музику далеко за межами української землі» [4, с. 3].

Описані вище енциклопедичні словники стали вагомою джерельною базою для створення фундаментальної «Української музичної енциклопедії» [5], над якою працюють і з 2006 року видають Національна академія наук України та Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського.

Важливі відомості про музичне мистецтво містять словники загального культурологічного спрямування. Зокрема, **Микола Корінний, Григорій Потапов, Володимир Шевченко** видали в Києві 2000 року «Короткий термінологічний словник з української та зарубіжної культури» [6], який містить 1500 найчастіше вживаних термінів; проблематика словника «орієнтована на засвоєння необхідного термінологічного мінімуму фахівцями найрізноманітніших спеціальностей» [6, с. 3].

Словник-довідник «Історія культури в термінах і назвах» **Жанни Безвершук** [7], виданий у Києві 2003 року, подає матеріал хронологічно в чотирьох розділах: «Стародавній світ», «Середньовіччя і Відродження», «Новий час», «Новітня доба», тут розкрито історичну основу фактів і артефактів культури, уточнено особливості понять, що мали різний зміст у різні періоди їх існування, зазначено етимологічні ремарки до термінів, запозичених з інших мов.

«Термінологічний словник-довідник з історії західноєвропейської музики» **Г. Дідич** вийшов друком у Кіровограді 2005 року [8]. Він містить понад 800 термінів, що позначають різні жанри, напрями, стилі та інші поняття, пов'язані з історією західноєвропейської музики від найдавніших часів (*еолова арфа* – «найстаровинніший струнний інструмент, який складається з дерев'яного корпусу прямокутної форми і натягнутих на ньому 8–13 струн, які бринять у результаті коливання від повітряного потоку (вітру). Назва походить від імені Еола – бога вітру у стародавніх греків» [8, с. 27]) до сучасності (*рок-фолк* («(від англ. folk – народ, рідня) – напрям рок-музики, що є «електричним» варіантом фолку. Це сплав традиційної народної музики з рок-музикою, що здійснив великий вплив на дальший розвиток

року в США. Сам фолк виник після Другої світової війни у США і ґрунтувався на народній музиці (напр., Боб Ділан, «Byrds» та ін.) [8, с. 93]. Це довідкове видання важливе для пізнання світової музичної культури в Україні.

2010 року в Донецьку було опубліковано «Тлумачний словник джазу» В. Колесникова [9], який містить понад 430 музичних термінів і має на меті «подати студентові систематизовану, вичерпну інформацію про джаз як явище, потужний культурний напрям світового масштабу для подальшого вдосконалення майстерності, отримання ґрунтовних знань і набуття професійних навичок, необхідних джазовому виконавцеві» [9, с. 4]. Словникові статті містять не лише вузькоспеціальні тлумачення, але й лаконічні описи понять із нотними прикладами та кольоровими ілюстраціями. Подано також відповідники у мові-оригіналі (передусім, англійській), це допомагає «дотримуватися кореляції з міжнародним орієнтиром, яким нині в науковому обігу є англійська мова» [9, с. 4], наприклад, *соул* – «(англ. soul – душа) – стиль вокальної негритянської музики, що виник після Другої світової війни на базі ритм-енд-блюзу й традицій госпелсонгу. Серед виконавців – Оттіс Редінг, Роберта Флак, Аріта Франклін, Рей Чарлз (США)» [9, с. 173], *чейз* «(англ. chase – полювання, переслідування) – ефектна, улюблена змагальна форма гри імпровізацій перекликів (від двох до чотирьох тактів) між солюючими музикантами джазу (особливо часто вживана під час джем-сешна). Вперше цей прийом застосували в 1946 році саксофоністи Декстер Гордон та Уорделл Грей (США)» [9, с. 216].

«Музичний словник-довідник: навч. посіб. для студентів-практикантів» В. Мішеченко, опублікований у Глухові 2010 року [10], містить відомості з різних сфер музичної теорії та практики – елементарної теорії музики, гармонії, інструментознавства, хорознавства, виконавства, історії музики. Перша частина довідника – це словник музичних термінів та емоційні характеристики музики, мелодії, темпу, ритму, динаміки, регістру, тембру, за допомогою яких можна передати враження від музики. У цьому розділі Валентина Мішеченко приділяє особливу увагу українській народній музиці, детально характеризуючи терміни *веснянки* [10, с. 10-12], *гопак* [10, с. 14], *думи* [10, с. 15], *жартівливі народні пісні* [10, с. 17-18], *живитарські пісні* [10, с. 18], *історична пісня* [10, с. 20-23], *календарно-обрядова пісня* [10, с. 23], *козачок* [10, с. 24], *колицька пісня* [10, с. 24-25], *коло-*

мийка [10, с. 25], *коляда* [10, с. 25-26], *купальські пісні* [10, с. 27], *метелиця* [10, с. 30], *народна пісня, народні плачі та голосіння* [10, с. 34-35], *фольклор* [10, с. 46]. Друга частина довідника – це короткі відомості про життя і творчість композиторів. Оскільки посібник написано відповідно до програми з «Музики» для 1-4 класів загальноосвітніх шкіл, він допоможе вчителю виробити вдалу методику вивчення музичної культури в школі.

Виданий 2011 року в Києві «Культурологічний словник : до 100-річчя Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського» за редакцією В. Рожка, О. Антонюка [11] об'єктивно висвітлює найрізноманітніші аспекти українського та світового духовного життя, неупереджено характеризує мистецькі постаті, подає ґрунтовну характеристику культурологічних явищ та процесів, витворених протягом багатовікової історії.

Микола Корінний та Володимир Шевченко опублікували в Києві 2012 року «Короткий енциклопедичний словник з культури» [12], що містить близько 3000 найважливіших термінів і бібліографічних довідок найвидатніших діячів культури. Реєстр словника добирали «з урахуванням як давніх, традиційних понять, пов'язаних з історичним минулим українського народу, його духовним життям, глибинними джерелами національної і зарубіжної культури, так і нових, що увійшли в широкий обіг уже в роки незалежності України під впливом науково-технічного прогресу, нових явищ і процесів у культурному поступі людства» [12, с. 3].

2013 року у Львові вийшов музичний словник енциклопедичного типу. Це «Мала енциклопедія піаніста-концертмейстера, артиста камерного ансамблю» Т. Молчанової [13], у якій інформаційно стисло та доступно «викладено матеріал, який стосується різних аспектів роботи музиканта цього фаху, його педагогічної та виконавської практики, подаються основні свідчення про жанри та форми творів, які призначені для спільного музикування, їх стилеві особливості, висвітлені питання технології спільного виконавського процесу, розглянуто мистецькі художні стилі та течії, музичні інструменти та співацькі голоси, специфіку балетної і танцювальної термінології, позиції рук і ніг» [13, с. 3-4]. До багатьох термінів у словнику подано назви іншими мовами (*речитатив* (італ. recitativo, від recitare – декламувати; франц. recitatif, нім. Rezitativ, англ. recitative) – різновид вокальної музики, який базується

на використанні інтонаційно-ритмічних можливостей природної мови [13, с. 201]), а до балетних термінів – іншомовну фонетику українськими літерами (*pas de chat (na de uá, франц., досл. – крок кішки)* – балетний термін, стрибковий рух, який імітує легкий, граціозний стрибок кішки: зігнуті ноги почергово відкидаються назад, тулуб прогинається (може також виконуватися з викиданням ніг уперед). Руки займають найрізноманітніші положення. Різновиди *pas de chat: pas de chatpettis* (мал.) і *pas de chat grands* (вел.) [13, с. 172]). До українських термінів подано синоніми (*бандурист (бандурник, бандурищик [термін-росіянізм! – авт.], кобзар*) – укр. нар. співак і музикант, який супроводжує спів грою на бандурі. Свідчення про кобзарів (бандуристів) є з XVI ст. Існують школи кобзарів. Видатними кобзарями (бандуристами) були: Т. Белоградський (XVIII ст.), А. Шут (XIX ст.), О. Вересай (XIX ст.), І. Крюковський (XX ст.) [13, с. 42]). Кожен термін в енциклопедії має покликання на джерела, та й наприкінці словника подано бібліографію, список лексикографічних джерел, а також інтернет-видань, проте, на жаль, більшість із них є російськомовними.

Багатотомна академічна «Українська музична енциклопедія» [5] (упродовж 2006–2018 років опубліковано 5 томів) заслуговує на глибоке осмислення з погляду відображення в ній стану й рівня розвитку українського музикознавства XXI ст. Поява такого фундаментального видання «засвідчує зрілість відповідної культури, у ній підсумовуються конкретно-історичні уявлення про основні надбання, рівень вивченості, особливості концептуально-теоретичного осмислення історико-культурного процесу» [5, с. 90]. Над виданням працювали вчені Національної академії наук України та Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського, окремі матеріали готували запрошені українські та закордонні фахівці. Цей науковий осередок, без сумніву, відіграв етапну роль у становленні музичної лексикографії в Україні, а також в утвердженні музикознавчої гілки української енциклопедичної культури.

«Українська музична енциклопедія» (далі УМЕ) стала чутливим резонатором найрізноманітніших суспільних процесів в українському музикознавстві. До неї увійшов «солідний масив статей, що стосуються інших, окрім академічної композиторської творчості й фольклору, сфер, аспектів, явищ музичної культури» [5, с. 96]. Словникові статті присвячено історико-культурним епохам, стилям, течіям, музичному виконавству

як галузі творчої діяльності, окремим творчим колективам та їхнім видам, мистецьким установам, музичному побуту й освіті, масовій музичній культурі, балетмейстерському й режисерському мистецтву, театральній сценографії, музичним конкурсам і фестивалям, науковим музичним установам і осередкам, музичним бібліотекам, музеям і архівам, видавництвам, товариствам, творчим об'єднанням, виданням, царині звукозапису, музичним фахам і сферам творчої діяльності, персоналіям (композиторам, виконавцям, майстрам з виготовлення інструментів, науковцям, меценатам), музичним інструментам та пристроям. У багатьох визначеннях уперше узагальнено відомості щодо їх специфічно українських аспектів, повернено із забуття або охарактеризовано без нашарувань радянського часу багатьох діячів української культури.

Показовим є введення до УМЕ статей про сакральну сферу української музичної культури, що акцентує на важливості церковного мистецтва для усвідомлення національного коріння української культури, її національної специфіки. В УМЕ відтворено «нове розуміння меж української музичної культури, усвідомлення її як географічно розгалуженого й водночас внутрішньо цілісного явища, її багатовекторне розкриття у світі» [5, с. 97]. Тому до УМЕ ввійшло чимало статей про музичну культуру української східної та західної діаспори, українців, які мешкають на своїх етнічних територіях поза межами сучасної України. Значно розширено хронологічний діапазон української музичної культури: від протоукраїнських часів пізнього палеоліту (40-15 тисяч років тому) через традиції усної народної творчості та музики часів Київської Русі до сучасного професійного мистецтва. У розгляді різних періодів українського музичного мистецтва акцентовано на моментах історичної спадковості.

Це багатотомне видання утверджує вітчизняну культуру як рівноправну складову глобалізаційних процесів і засвідчує становлення наймасштабнішого розділу національної музичної науки – музичної україністики. Значну частину матеріалу введено в цьому виданні в науковий обіг вперше.

Висновки. Українське музичне енциклопедичне словникарство сприяє цілісному осмисленню й узагальненню української музикознавчої науки та теоретичному обґрунтуванню української музичної культури як суб'єкта світового культурного процесу.

На етапі державотворення наприкінці XX – на початку XXI ст. українська музична культура вхо-

дять до світового глобалізаційного контексту як національна своєрідна складова. Спостерігаємо дві провідні тенденції розвитку музичної термінографії в Україні: прагнення відродити несправедливо забуті або силоміць вилучені з обігу українські національні поняття й намагання осмислити набутий світовою культурою і часто заборонений у радянський час досвід модерного музичного мистецтва.

Найбільшим здобутком українського музикознавства є фундаментальна «Українська музична енциклопедія», яка має загальнокультурне значення, оскільки вона гідно репрезентує українську гуманітарну наукову та культурну царини у світі. Тут вперше висвітлено

такі питання: значний міжнародний резонанс творчої праці українських митців, спадковість української музичної культури від часів пізнього палеоліту через традиції усної народної творчості й музики часів Київської Русі до сучасного професійного мистецтва, діяльність української мистецької діаспори, проникнення української культури за межі України й поява явищ інших національних культур в Україні. УМЕ є відображенням стану й рівня розвитку українського музикознавства ХХІ ст., що має принципове значення для досягнення найважливіших здобутків, виявлення провідних тенденцій, а також проблем і суперечностей української музикознавчої науки.

Список літератури:

1. Булик-Верхола С. Музичне словникарство в Україні: становлення та вектори розвитку / Городиловська Г. П. Українське словникарство: історія, теорія, практика : колективна монографія / Г. П. Городиловська, Г. В. Наконечна, О. Г. Литвин, С. З. Булик-Верхола, Л. В. Харчук. – Львів : Галицька видавнича спілка, 2020. 208 с.
2. Мала українська музична енциклопедія. Опрац. Осип Залеський. Мюнхен, Вид-во «ДНІПРОВА ХВИЛЯ», 1971. 128 с.
3. Енциклопедія українознавства. За ред. В.Кубійовича. Львів: НТШ, 1993–2003. Т. I–XI.
4. Водяний Б., Олексин Г., Ціж М. Короткий словник діячів української музичної культури. Тернопіль: МП «Чумацький шлях», 1992. 48 с.
5. Українська музична енциклопедія / Національна академія наук України, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського; Редкол.: Г. Скрипник (голова) та ін. Київ. Т. I, 2006. 680 с. Т. II, 2008. Т. III, 2011. Т. IV, 2017. Т. V, 2018. URL: <http://music-ukr.blogspot.com/p/blog-page.html> (дата звернення: 27.08.2020).
6. Корінний М. М., Потапов Г. Г., Шевченко В. Ф. Короткий термінологічний словник з української та зарубіжної культури. К.: Україна, 2000. 184 с.
7. Безвершук Ж. О. Історія культури в термінах і назвах: Словник-довідник. К.: Вища шк., 2003. 399 с.
8. Дідич Г. С. Термінологічний словник-довідник з історії західноєвропейської музики / Г.С. Дідич. Кіровоград: ТОВ «Імекс-ЛТД», 2005. 145 с.
9. Колесников В. Тлумачний словник джазу. Донецьк, 2010. 254 с.
10. Музичний словник-довідник: навч. посіб. для студентів-практикантів / уклад. В. В. Мішеченко. Глухів: РВВ ГНПУ ім. О. Довженка, 2010. 146 с.
11. Культурологічний словник: до 100-річчя Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського / [Антонюк О. В. та ін.] ; за ред. В. І. Рожка, О. В. Антонюка. Київ : НМАУ, 2011. 464 с.
12. Корінний М. М., Шевченко В. Ф. Короткий енциклопедичний словник з культури / Відп. ред. В. Ф. Шевченко. К.: Україна, 2012. 384 с.
13. Молчанова Т. Мала енциклопедія піаніста-концертмейстера, артиста камерного ансамблю. Львів : СПОЛОМ, 2013. 288 с.

Bulyk-Verkhola S. Z. UKRAINIAN MUSIC ENCYCLOPEDIA DICTIONARIES

The article examines Ukrainian musical encyclopedic dictionaries, which contribute to the holistic understanding and generalization of Ukrainian musicological science and the theoretical justification of Ukrainian musical culture as a subject of the world cultural process.

The study is new for Ukrainian studies because encyclopedic-type musical dictionaries have not yet been studied in Ukraine. Encyclopedic publications affirm Ukrainian culture as an equal component of world globalization phenomena and testify to the formation of a large-scale field of national music science – Ukrainian music studies.

The article observes two leading trends in the development of musical encyclopedic terminology in Ukraine: the desire to revive unfairly forgotten or removed from circulation specific Ukrainian concepts and the effort to comprehend the experience of modern musical art acquired by world culture and often prohibited in Soviet times.

Twelve musical dictionaries of the encyclopedic type are analyzed in the article: the author's composition of the dictionaries is studied; principles of material selection, determining the volume of dictionary articles and the number of slogans; concepts of translation, transliteration and editing of dictionary articles; spelling problems; the sequence of using the source database.

The greatest achievement of Ukrainian musicology is the fundamental "Ukrainian Musical Encyclopedia", which worthily represents Ukrainian humanitarian, scientific and cultural fields in the world. For the first time, the following questions were highlighted here: the significant international resonance of the creative work of Ukrainian artists, the inheritance of Ukrainian musical culture from the late Paleolithic era through the traditions of oral folk art and music of the times of Kyivan Rus to modern professional art, the activity of the Ukrainian artistic diaspora, the penetration of Ukrainian culture beyond the borders of Ukraine and the emergence phenomena of other national cultures in Ukraine. Encyclopedic publications play an important role in understanding the most important achievements, identifying leading trends, as well as problems and contradictions of Ukrainian musicology.

Key words: *encyclopedic dictionary, dictionary of musical terms, musical vocabulary, Ukrainian musical terminology, terminology.*

Вакулович Л. Л.

Національний університет фізичного виховання і спорту України

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Лексична система української мови кінця ХХ – початку ХХІ століття є відкритою, динамічно розвивається та відповідає на всі виклики часу й соціуму.

Одним із елементів громадського життя, який активно реагує на суспільні процеси й відзеркалює їх, є засоби масової інформації. адже саме вони першими реагують на події, які відбуваються в країні або світі. Мова ЗМІ є своєрідним дзеркалом, «у якому відбивається багатофункціональність національної мови, ступінь її інтелектуалізації, зокрема через поширення термінів з різних галузей знань та їхню загальномовну адаптацію» [4; с. 32].

Окрім засобів масової інформації, своєрідним середовищем для народження нових слів є мережа є мережа Інтернет, яка нині є надзвичайно популярною та актуальною.

Зміни в різних сферах життя людей під впливом нових суспільних умов зумовлюють потребу в неологізмах.

Разом з цим постає також проблема збереження мовної ідентичності, тобто дотримання нормативності вислову на різних рівнях мовної системи.

Процеси адаптації інноваційної лексики, досліджені в статті, відображаються на особливостях функціонування української мови сучасного періоду.

Слід зазначити, що найактивніше поповнюється лексичний склад української мови неологізмами, які представляють такі галузі як політика, медицина, спорт, військова справа, комп'ютерна техніка, культура. Деякі з них у зв'язку з активним використанням більшою частиною мовної спільноти стають нормативними, що засвідчено в словниках української мови.

На основі матеріалів ЗМІ досліджено та вивчено використання різних типів неологізмів у мові сучасних українських масмедіа, а також функціонування лексичних інновацій у масмедійному просторі.

Значну увагу приділено саме суспільно-політичній лексиці й термінології, яка стала невід'ємним компонентом мови сучасних засобів масової інформації.

Ключові слова: *неологізми, масмедіа, лексичний склад, терміносистема, семантика, суспільно-політичні явища.*

Постановка проблеми. Нині в епоху глобалізації всі живі мови постійно розвиваються, зазнають кількісних і якісних змін, перебудовуються та вдосконалюються у просторі й часі, реагуючи на зрушення в суспільстві та в мовній свідомості їх носіїв, але водночас зберігають ознаки стабільності та цілісності. Отже, вони виконують свою основну роль – роль засобу спілкування, та реалізують такі функції, як стимулювання розвитку суспільства та зв'язок між різними поколіннями. Кожна жива мова постійно рухається та видозмінюється, а бурхливі процеси та перетворення в Україні зумовлюють докорінні зміни в лексиці та семантиці слів, які дають нам підстави стверджувати про наявність діахронії на певному зрізі мови.

Поява та функціонування інноваційної лексики зумовлена історично, адже неологізм існує лише

до того часу, коли він стає звичайним і починає часто використовуватися значною кількістю мовців [2; с. 146]. Так, нещодавно слова *веб-сторінка*, *брокер*, *блог*, *таймер*, *тендер* були неологізмами, однак зараз набули статусу загальномовних і в усьому світі сприймаються як загальноновживані інтернаціоналізми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання статусу, перспектив та напрямів розвитку української мови, зокрема її лексичного складу, постійно перебувають у полі зору вітчизняних лінгвістів. Зокрема, питанням розвитку лексико-семантичної системи займалися українські вчені Л.Лисиченко, В. Жайворонок, О. Муромцева, Д. Мазурик, Л. Полюга та ін.. Саме неологізми як мовне явище завжди були об'єктом зацікавленень багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, таких як І. Андрусак, Г. Вокальчук, В. Герман,

А. Калетнік, І. Самойлова, О. Сербенська, Н. Стратулат, О. Стишов тощо.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити й узагальнити найважливіші інноваційні зміни в лексичі сучасної української мови, спричинені впливом позамовних чинників – політичними подіями сучасної доби.

Виклад основного матеріалу. Вдосконалення, розвиток та функціонування мови як засобу спілкування постійно супроводжуються різноманітними мовними процесами, потребами називання тих або інших конкретних предметів, суспільних процесів і явищ, абстрактних понять різноманітних галузей науки, а також поступовим зникненням частини слів у зв'язку з втратою ними актуальності через втрату суспільної ваги. У зв'язку з цим в мові завжди наявна пасивна й активна лексика. З одного боку – це позитивне явище, що демонструє інтеграцію в європейське суспільство. З іншого – надмірне використання неологізмів у текстах масмедіа без належного пояснення їх значення призводить до нерозуміння змісту матеріалу. Адже не кожен читач розуміє значення використаного в тексті неологізму.

Серед лексем-неологізмів, що постійно поповнюють нашу мову, можна виділити декілька їх різновидів, а саме:

– **новотвори** – відомі морфеми виступають у незвичних поєднаннях, утворюючи слова із зовсім новими значеннями: *етнополітика, правоцентристський, деолігархізація, деокупація*;

– **власне неологізми** – слова, із рисами абсолютної новизни як форми, так і змісту: *брифінг, коаліція, омбудсмен*;

– **семантичні неологізми** – вже наявна у мові лексема, яка розвиває нове значення:

– *нормандська четвірка, стратегічна сімка, політичний притулок*;

– **текстові інновації** – пов'язані з усвідомленням соціально-політичних процесів, що відбуваються у світі, але проте не мають статусу потенційно кодифікованих: *коаліціант, опоблоківці, кнопкодавство*;

– **оказіоналізми** – слова, що утворюються за наявними в мові моделями, але не вживаються у загальноживаному словнику (авторські неологізми): *україноментальність, олігархіада, золотобатонник*.

Всі ті докорінні зміни, що відбуваються сьогодні в українському суспільстві, передусім у політичній, економічній, науково-технічній і культурній галузях, відбиваються насамперед на мові ЗМІ. Постає нагальна потреба позна-

чати нові поняття та явища, породжені часом. У новітніх масмедіа з'явилися лексеми політологічного змісту, сконцентровані навколо понять, пов'язаних із тенденціями сучасного цивілізаційного процесу – *люстрація, децентралізація, ратифікація, інавгурація, лінгвоцид, геноцид, ідеологема, етноцид*; такими, що позначають процеси, явища розбудови і становлення держави – *євроінтеграція, реінтеграція, експансія, багатовекторність, неоглобалізм, лібералізація, екстремізм, радикалізм* тощо; політичними кампаніями, рухами, доктринами – *геополітика, позаблоковість, клептократія, декомунізація, анексія, інвазія, деескалація* тощо.

Мовне питання на шляху європейської інтеграції не є винятково мовним. Це питання економічне, політичне, і вже потім – культурне. Мова має дві важливі функції: репрезентативну й ідентифікативну. Репрезентативні полягає у тому, як ми показуємо себе через слово. Ідентифікаційна – як люди на підставі мови визначають, хто ми. Якщо ці функції не будуть працювати щодо української мови, то ми загубимося між понад 20 мов Європейського Союзу. Відбуваються зміни в культурному житті країни, міцніють міжнародні зв'язки країни, з'являються нові види спорту т. д. – і все це знаходить відображення в мові – неологізми з'являються щогодини, щохвилини.

Поява та функціонування інноваційної лексики зумовлені історично, адже неологізм існує лише до того часу, коли він стає візуальним і починає часто використовуватися значною кількістю мовців [3; с. 72]. Одна з характерних ознак неологізмів, які датовані останніми 5–7 роками – це відсутність дефініції у словниках, тобто переважна більшість їх ще не кодифікована.

Кожний історичний період має свої словесні маркери, які виконують функцію позначення соціально-актуальних явищ, реалій, посідають важливе місце в історії, активно вживаються в засобах масової інформації, є невід'ємним складником мови політики, пропаганди й побутового спілкування. Початок ХХІ ст. (а саме період від 2004 р. і дотепер) ознаменований зміною політичного вектора і євроінтеграцією – від Помаранчевої революції (листопад – грудень 2004 р.) та протестних акцій самого Майдану (Євромайдан), що почалися у грудні 2013 р., безперервно тривали протягом року і призвели власне до самої Революції Гідності. За цей короткий час в Україні відбулися події, які є підґрунтям для нової суспільної організації, державності й людських стосунків.

Серед найпоширеніших джерел запозичень останніх років можна виокремити неологізми, пов'язані з суспільно-політичними подіями, найчастіше зустрічаємо в засобах масової інформації – *томос*, *євробляхи*, *євромайдан*, *антимайдан*, *небесна сотня*, *диванна сотня*, *зелені чоловічки*, *ЛНР*, *ДНР*, *ОРДЛО*, *фейк* і т.д. Сьогодні Україну не уявити без такого символу, як *Майдан*. А збірний образ проплачених «гопників», молодих людей спортивної статури, що застосовували силу для протидії демократичним діям Євромайдану й зазнали поразки, назвали *тітушками* (термін в Україні з'явився у травні 2013 р. й походить від прізвища спортсмена Вадима Тітушка). З початку окупації в 2014 році з'явилися такі слова, як *сепари* і *ватники*, які, по суті, були першими колаборантами з часів Революції Гідності та ініціювали й проводили незаконні референдуми. Підтримка України європейським суспільством через анексію Криму Росією 2014 р. спричинила появу таких лексичних новоутворень, як *Крим-наш* – найвідоміший російськомовний неологізм, що виник та набув популярності в Росії на тлі підготовки та здійснення російської збройної агресії проти України. Одночасно також з'являються такі нові слова як *кіборги* – українські герої-військові, які безстрашно захищали Донецький аеропорт. Аналогічно до цього утвердилося слово *азовці* на позначення тих, хто героїчно тримав оборону Маріуполя та «Азовсталі».

Війна, яка триває зараз, також поповнила наші словники новими словами. Зокрема, багато неологізмів походить від назв військової техніки. Звідси, наприклад, з'явилися такі слова, як *барайктарити джавелінити*, *відхаймарсити* – боротися з ворогом, застосовуючи відповідну техніку. А *бандеромобілем* називають будь-який автомобіль української армії.

З'являються й інші популярні неологізми, наприклад: *руській воєнний корабль* (легендарна фраза-символ про стійкість і силу українського спротиву у війні), *орк* (прізвисько російських окупантів, запозичене з книги Джона Толкієна «Володар пернів»), *приліт* (влучання), *бавовна* (вибух у Росії, Білорусі чи на території, яку тимчасово контролюють окупанти), *рашизм* (походить від поєднання англійського слова *russia* («раша») зі словом «фашизм»), *байрактарити*, *джавелінити* (нищити ворога) та ін.

Беззаперечно, що словотворчість українців за останні півроку набула великих масштабів – наприклад, Словник сучасної української мови та сленгу «Мислово» побагатшало

приблизно на 500–700 нових визначень. Хоча досить складно визначити, який відсоток лексики з'явився внаслідок збройного протистояння. Є слова, які належать саме до військового сленгу, як-от *зеленка*, *русня*, *двохсотий*, *трьохсотий* чи *гібридна війна*. Вони не нові, просто актуалізувались у зв'язку з конфліктом. Хоча напевне у традиційних словниках відсутні.

З розвитком інфоормаційних технологій, сучасної реклами, бізнесу з'являються такі нові поняття як *IP-телефонія*, *гугл*, *селфі*, *гугл-диск*, *iPhone емодзі*, *трафік*, *інтерфейс*, *контент*, *кеш*, *лінк*, *вебінар* *бренд-менеджер*, *верифікатор*, *редактор-копірайтер*, *трейдер*. Від багатьох них спостерігається ціла низка спільнокореневих новотворів, формуючи словотвірне гніздо, наприклад: *гугл* – пошукова система, *гуглонути* – здійснити одноразовий пошук, *гуглення* – пошук, *гугнило* – те, за допомогою чого здійснюється пошук, *гугломовець* – мовець, який черпає інформацію з гугла і т.ін. Сфера комп'ютерних технологій та Інтернету наповнюють словникові запаси користувачів новими лексичними одиницями. Найпродуктивнішими способами творення комп'ютерних неологізмів є афіксація, композиція (осново- та словоскладання), аббревіація, транслітерація/ транскрипція.

Поширення нових інформаційних технологій та залучення до інтернет-спілкування значної кількості мовців (зокрема такі соцмережі як Facebook та Twitter) приводить до трансформацій мови, що обслуговує ці комунікації, майже на всіх рівнях. Найбільших змін зазнають лексичний, фразеологічний та словотвірний рівні, внаслідок чого відбувається значне розширення словника для номінування нових понять, реалій, явищ, ознак, дій і станів, що постійно виникають у мережевому світі.

Вивчення мовних елементів із погляду динаміки дає змогу виявити як процеси запозичення, так і творення нових слів різними способами словотворення (*автомайданівка*, *україновиховання*, *криптовалюта*, *ватник* «той, який веде проросійську або антиукраїнську пропаганду; проросійський», *жовто-блакитні «гравці національної збірної України»* та ін.), а також і пасивізації низки лексичних одиниць.

Поповнення лексичного складу української мови відбувається за рахунок такого потужного джерела як деривація, а саме такі як:

1) Суфіксальний спосіб (він є найпродуктивнішим для іменникових неологізмів). Так у реєстрах найсучасніших словників з'явилася велика

кількість інновацій із суфіксом *-ість*, що належать здебільшого до різних терміносистем української мови: *масштабованість, дотичність, віртуальність, адаптивність*; з суфіксом *ств-* (*-цтв-*): *барменство, рейдерство, суперменство*.

2) Префіксальний спосіб словотворення (насамперед за допомогою загальноєвропейських префіксів): *пропрезидентський, проєвропейський, прозахідний, реприватизація, реорганізація, деокупація, пострадянський суперакція* ;

3) Абревіація (зокрема назв державних адміністративних органів, назв установ та організацій, понять сфер державних та міжнародних відносин): *Мінфін* – Міністерство фінансів України, *ОДА* – обласна державна адміністрація, *КМУ* – Кабінет Міністрів України, *МОН* – Міністерство освіти і науки України, *ЄС* – Європейський союз, *держбюджет* і т.д.;

4) За допомогою слів-комполітів: *євроінтеграція, єврокомісія, медіапростір медіатекст* і т.д.,

Останнім часом в українській мові, а саме у мові засобів масової комунікації, активно вживається лексема *Європа*, а особливо компонент євро- який став словотвірною основою багатьох нових слів нашого часу. До XVIII сторіччя на означення Європи як континенту, поняття географічного, в Україні користувались безпосередньо назвами народів Європи. Лексему *Європа* та її похідні, зокрема європейський, можна знайти у публіцистичних текстах М. Драгоманова, І. Нечужа-Левицького, П. Куліша, та ін., які зверталися до теми українсько-європейських взаємин, пов'язували майбутнє України з Європою. У 1998 році було запроваджено в обіг грошову одиницю *євро*, а в українських словниках ця лексема зафіксована як самостійна мовна одиниця. Для мовної економії саме стосовно конкретних побутових предметів прикметник європейський скорочується до префіксоїда *євро-*. Конструкція євро+іменник настільки продуктивна, що вона вже втрачає свою позитивну оцінність і сприймається іронічно.

Європеїзація України охоплює всі сфери життєдіяльності: і духовно-соціальні, і предметно-побутові. Отже, за останні роки лексема *Європа* стрімко розвинула лексико-семантичне поле, збагатила свій семантичний та словотвірний потенціал: (пор. *європеїзація*) та похідні від неї – *єврокредит, євроекономіка, євроконсорціум, євროзона, євровалюта, євробанк, євроіндекс, єврооблігації, євроринок, євродопомога* та ін. Також ця лексема сприяла творенню нових слів з галузі спорту, як-от: *євроспорт, євроліга,*

єврокубок, єврочемпіонат, євротурнір, єврофутбол та ін. Чимало утворень, які «починаються на *євро-*, означають не щось узагальнено-європейське, а побутові речі, так звані «євроречі». Це свідчить не стільки про явище філології, а й про деяку символіку споживчих товарів, зокрема європейських. Ці «шматочки справжньої Європи» так би мовити «долучають нас до Європи», а *євросервіс, єврообслуга, єврокомфорт* творять нам *єврожиття*, створюють враження, що ми вже опинилися в Європі [5; с. 192].

Але така «європеїзація» характерна не лише для української, а й для інших слов'янських мов.

За допомогою лексеми *Європа* твориться велика кількість лексичних інновацій – абревіатур. Це є потужним джерелом творення нових слів, особливо у мові сучасних українських ЗМІ: *ЄС* – Європейський Союз, *ЄЕС* – Європейське економічне співтовариство, *ЄК* – Європейська комісія, *ЄКУ* – Європейський конгрес українців, *ЄРО* – Європейська розрахункова одиниця, *ЄЕЗ* – Європейська економічна зона, *ЄВУ* – Європейська валютна угода, *ЄНОК* – Європейський національний олімпійський комітет. Таке активне творення цих абревіатур пов'язане передусім зі створенням нових європейських інституцій та структур політичного, економічного, культурного спрямування, активізацією європейської риторики та розширенням політики Європейського Союзу.

Невід'ємною частиною динаміки українського лексикону є процес проникнення англізмів до української мови – і це є позитивним, адже вони збагачують її новими словами та поняттями. та Основними причинами таких запозичень можна назвати відсутність у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета, явища чи поняття; деталізація поняття, яке в українській мові може передаватися не одним словом; потреба поповнити експресивні засоби вираження, прагнення до підвищення чіткості певного слова і т.д. Таке інтенсивне проникнення в нашу мову слів іншомовного походження здійснюється за допомогою преси, масової культури, телебачення й радіо, Інтернету, інформаційного обслуговування споживчого ринку та ін. Також одною з причин таких запозичень можна назвати надзвичайну престижність іноземних мов, а отже, і сприйняття іноземного слова як престижнішого порівняно з власним [5; с. 22].

У зв'язку з активізацією міжнародних відносин України з іншими державами та ведучими позиціями англійської мови на світовій арені, можемо спостерігати, що в українську мову запо-

зичується чимала кількість суспільно-політичної та економічної лексики англійської мови.

Новим в економічній тематиці є запозичення *стартап* (англ. start up – починати) – нещодавно нещодавно створена компанія, *ф'ючерс* (англ. future – майбутнє) – стандартний документ, який засвідчує зобов'язання придбати цінні папери, товари або кошти, *брексит*, *дедлайн*, *піар*, *лобіст* і т. д.

Динамічні процеси щодо активізації міжнародних зв'язків України спостерігаються не лише в соціально-економічній та політичній галузі, а й у мистецтві. Цьому сприяє активізація культурного обміну між Україною та країнами західної демократії. І, як наслідок, такі зміни не могли не відобразитися в мові – лексика української мови відчутно збагатилася новими найменуваннями з мистецької сфери. Відзначаємо виникнення групи так званої *шоубізнесової* лексики англомовного походження в українській мові (*шоумен*, *селебріті*, *брейкбіт*, *бітбокс*, *діджей*, *саундтрек*).

Словник сучасної української мови та сленгу «Мислово» назвав *діджиталізацію* словом 2019 року. Неологізм увійшов в українську мову лише кілька років тому і є транслітерацією англійського digitalization. Означає зміни суспільного життя, пов'язанні з використанням цифрових технологій. Це слово – спрощена версія більш точного терміну «цифрова трансформація», що є проявом глобальної цифрової революції. А головним, най-

більш популярним словом 2021 року стало слово *вакцина* та похідні від нього або пов'язані з вакциною слова, зокрема *антивакцинатор*, *ревакцинація*, *імунітет*, *імунізація*, *бустерна доза*, *коронавірус*.

Отже, неологізми – це надзвичайно важливі одиниці, які істотно збагачують словниковий склад української мови (як кількісно, так і якісно), слугують динаміці мови. Інноваційні процеси на лексичному рівні охоплюють: виникнення нових слів – питомих (утворених на ґрунті української мови) і запозичених; появу на конкретному етапі розвитку нових значень у загальновідомих словах; активну міграцію слів у межах лексичної системи від периферії до центру і навпаки.

Отже, сфера сучасних українських ЗМІ засвідчує, що наша мова живе, розвивається. Інтенсивне використання в новітніх українських масмедіа нових лексем політологічного спрямування свідчить про пошук нових свіжих найменувань, прагнення до точності та об'єктивності [6; с. 59]. Процеси неологізації є питомою характеристикою лексичного складу сучасної української літературної мови.

Це означає, що мова – це, справді, живий організм, на який впливають як позамовні, так і внутрішньомовні чинники. Лексичний склад мови дуже швидко реагує на нові події та явища і блискавично поповнюється новими утвореннями, а вивчення та фіксація цієї нової лексики є невід'ємною частиною роботи кожного лексикографа.

Список літератури:

1. Сімонок В.П. Семантико-функціональний аналіз іншомовної лексики в сучасній мовній картині світу / В.П.Сімонок. Харків: Основа, 2000. 331 с.
2. Підкаміна Л. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ // Лінгвостилістичні студії. Луцьк, 2019. Вип. 10. С. 146.
3. Кабиш О. Словотвірні та семантичні неологізми в сучасній українській мові. *Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова*. 2013. Вип. 5. С. 69–75.
4. Стишов О.А. Українська лексика кінця ХХ століття: (На матеріалі мови засобів масової інформації) 2-ге вид., переробл. / О.А.Стишов. К. : Пугач, 2005. 388 с.
5. Стишов О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. *Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб.* Біла Церква : «Авторитет», 2019. 198 с.
6. Кирилюк О. Суспільно-політичні неологізми як віддзеркалення мовної картини воєнного протистояння. *Наукові записки Національного університету «Києво-Могилянська академія». Серія «Мовознавство»*. 2018. Т. 1. С. 58–62.

Vakulovych L. L. FEATURES OF NEOLOGISMS' FUNCTIONING IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

The lexical system of the Ukrainian language of the late 20th and early 21st centuries is open, dynamically developing and responding to all the challenges of time and society.

One of the elements of public life, which actively reacts to social processes and reflects them, is the mass media – because they are the first to react to events that take place in the country or the world. The language of mass media is a kind of mirror “in which is reflected the multifunctionality of the national language,

the degree of its intellectualization, in particular due to the spread of terms from various fields of knowledge and their common language adaptation” [4; p. 32].

In addition to the media a kind of environment for the birth of new words is the Internet, which is now extremely popular and relevant.

Changes in various spheres of people’s lives under the influence of new social conditions determine the need for neologisms.

Along with this, there is also the problem of preserving linguistic identity that is observing the normativity of an expression at different levels of the language system.

The processes of adaptation of the innovative vocabulary studied in the article are reflected in the peculiarities of the functioning of the Ukrainian language in the modern period.

It should be noted that the lexical composition of the Ukrainian language is most actively replenished with neologisms representing such areas as politics, medicine, sports, military affairs, computer technology, and culture. Some of them, due to the active use by the majority of the language community, become normative, which is confirmed in the dictionaries of the Ukrainian language.

On the basis of mass media materials, there has been investigated and studied the use of various types of neologisms in the language of modern Ukrainian mass media, as well as the functioning of lexical innovations in the mass media space.

Considerable attention was paid to socio-political vocabulary and terminology, which has become an integral component of the language of modern mass media.

Key words: *neologisms, mass media, vocabulary, terminology, semantics, socio-political phenomena.*

Воловенко І. В.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

ВІДПОВІДНІСТЬ ПРАВОПИСНИХ НОРМ ФОНЕТИЧНИЙ ТА СЛОВОТВІРНИЙ СИСТЕМАМ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

У статті йдеться про відповідність деяких правописних норм фонетичній та словотвірній системам української мови. Зазначено, що сучасне письмо уповні не відображає усієї досконалості та гармонійності української мови.

*Зосереджено увагу на відтворенні або нехтуванні таких особливостей української мови, як вживання літери *и* на початку слова та правописну агресію літери *і*. Вказано на те, що звук [и] на початку слова відповідає наддніпрянській вимові, що зафіксовано в Словнику української мови Б. Грінченка, «Орфоепічному словнику» 1984 р. (укладач М. Погрібний), «Сучасній українській літературній мові» за редакцією М. Плющ тощо.*

*Обґрунтовано, що невластивою для фонетичної системи української мови є її передача буквосполучення *аи* через *ау*. Також опрацьовано правописні пам'ятки («Український правопис» 1921р., «Український правопис» 1928 р., «Орфоепічний словник» 1964 р. (укладач М. Погрібний), «Орфоепічний словник української мови: У 2 т.» (укладачі М. Пецак та ін.)), у яких вказано на особливості перередачі в українській мові буквосполучення *аи*.*

Закцентовано увагу й на тому, що запозичені слова, які не змінюються і становлять окрему морфологічну групу невідмінюваних іменників, перебувають на периферії граматичної системи української мови та не відповідають її морфологічній системі, зокрема й ті слова, які в розмовному мовленні відмінюють.

Йдеться у дослідженні і про збереження наявної у вихідних основах фонемі [й], яку передають йотованою голосною літерою у словах на кшталт матеріальний, соціальний тощо. Оскільки таке написання усуває непритаманний українській мові збіг голосних.

Також у статті зазначено, що протягом тривалого часу в українській мові існувала традиція орієнтуватися на російський спосіб передавання звука [h] з германських мов, тобто через звук [x], а як наслідок – нехтування фонетичними особливостями української мови, зокрема звуком [ɣ]. Проаналізовано правописні пам'ятки («Граматики славенских правильное Сунтама» Мелетія Смотрицького, правопис Олексія Павловського «Грамматика Малороссійскаго нарѣчія», правопис «Руска Грамматика» Степана Смалья-Стоцького та Федора Гартнера тощо), у яких йдеться про розмежування в українській мові звуків [ɣ] та [ɣ] та передавання іншомовних звуків [h] та [g].

Ключові слова: фонетична система української мови, морфологічна система української мови, правописні норми, правописи, зміни на фонемному та морфологічному рівнях

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні правописні норми тяжіють до відродження самобутності мови. Незважаючи на те що, як правило, правописні норми виписуються історично, відбиваючи давні традиції або нові тенденції в передачі звуків, слів і форм, що виявляються в кожній писемній мові на різних етапах її розвитку, сучасне українське письмо не відображає усієї досконалості та гармонійності української мови. Це пов'язано з тим, що процес унормування правил фонетики, орфографії, пунктуації тощо тривав у складних для України історичних умовах та був стихійним, що спровоковано тривалою бездержавністю українського народу. Саме тому в дослідженні зацентруємо увагу на від-

повідності деяких правописних норм фонетичній та словотвірній системам української мови, зокрема таких, як вживання *и* на початку слова, особливостях відтворення в українській мові буквосполучення *аи*, статусу невідмінюваних запозичень, збереження наявної у вихідних основах фонемі [й], яку передають йотованою голосною літерою у словах на кшталт матеріальний, соціальний, передавання іншомовних звуків [h] та [g].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання унормування правописних правил сучасної української літературної мови і кореляція їх з фонетичною та словотвірною системами української мови неодноразово були об'єктом наукових досліджень. В історії мовознавчих

студій особливо помітними є праці І. Вихованця, К. Городенської, Ю. Шевельова, В. Фурси та ін.

Постановка завдання. Дослідити особливості фонетичної та словотвірних систем української мови та вказати на відповідність правописних норм фонетичній та словотвірній системам української мови в таких аспектах: уживання і на початку слова, особливостях відтворення в українській мові буквосполучення *au*, статусу невідмінюваних запозичень, збереження наявної у вихідних основах фонемі [й], яку передають йотованою голосною літерою у словах на кшталт матеріальний, соціальний, передавання іншомовних звуків [h] та [g].

Виклад основного матеріалу. Правописні норми мають відбивати давні традиції або нові тенденції в передачі звуків, слів і форм, але в сучасній українській літературній мові є норми, які не відображають особливостей української мови. Розглянемо деякі з них.

И на початку слова. І. Вихованець зазначав, що поступове відсування фонемі [и] на периферійніше, ніж їй належало б, місце у фонологічній підсистемі – найпоказовіший приклад утруднення правопису в систему сучасної української мови. Правописна агресія літери і стала причиною усунення фонемі [и] на початку українського слова [1, с. 177]. Хоча варто зазначити, що вимова [и] на початку слова відповідає наддніпрянській вимові. Борис Грінченко у гринченківці зафіксував значну групу загальних назв із початковою літерою *и*. Словник української мови Б. Грінченка вміщує такі слова з початковою літерою *и*: *ива, ивилга, идол, Игиатта, ижиця, илець, инакише, инакодумець, инбирець, инде, индик, индута, Индюр, инжир, иній, инколи, иноді, иниший, иноземний, иноземщина, инопланетянин, инородець, инишомовний, ирджок/ирчок, иржа, Исиах, искра, искорник, искроватий, переинакишити, икати, илкий, инакий, индик, ич*. Цю фонетичну особливість української мови лише частково відновлено в «Українському правописі» 2019 р.

На безпідставність усунення початкової фонемі [и] у низці українських слів чітко вказує Ю. Шевельов: «Найдрастичніший приклад втручання орфографії в систему мови є заміна середньоукраїнської шестичленної системи голосних на п'ятичленну і відсування [и] на позицію екстрафонемного (комбінаторного) варіанту [і]. Така зміна статусу [и], якщо вона стане загальноприйнята, групує українську мову разом з російською, білоруською, польською... Фонологічний контраст голосних ([і] проти [и]) переноситься на попе-

редній приголосний («твердий» проти «м'якого»), а на початку слова елімінується. Тим самим фонологічна роля палаталізації приголосних різко посилюється» [16, с. 73].

В «Орфоепічному словнику» 1984 р. (укладач М. Погрібний) рекомендовано вимовляти слово інший як [іинший], а також у «Сучасній українській літературній мові» за редакцією М. Плющ слушно зазначено: «...в межах літературної норми на місці початкового [і] може вживатися [і], [и], [иі]. Однак під впливом орфографії дедалі більше закріплюється вимова звичайного початкового [і]» [11, с. 88].

Отже, усунення фонемі [и] на початку слова шляхом зміни норм правопису веде до зміни її фонемного статусу, а отже, до руйнування своєрідності української мови і зближення української системи голосних фонем з російською.

На думку І. Фаріон, попри неминучі зміни фонетика – найсталіший і найконсервативніший складник мовної системи. Це та звукова нитка, що сягає найдавнішої історії та нанизує на себе всю мовну систему, творячи з неї неповторність. Це та основа, яка вможливує відбудувати етимологію (походження) слова. У членороздільному звукові проявляє себе його мислетвірна сутність, а в нечленороздільному – почуттєва [7].

Невластивою для фонетичної системи української мови є й передача **буквосполучення *au*** через *au*. У правописі 2019 р. зазначено наступне: «Буквосполучення *au*, *ou* на позначення звукосполучень [au] [ou] передаємо через *au*, *ou*: *аутсайдер, гаунтв'ахта, маузер; Каунас; Клаус, Краузе, Пауль, Фауст*. У словах, що походять із давньогрецької й латинської мов, буквосполучення *au* звичайно передається через *av*: *автентичний, автобіографія, автомобіль, автор, авторитет, автохтон, лавра, Аврора, Мавританія, Павло*. У запозиченнях із давньогрецької мови, що мають стійку традицію передавання буквосполучення *au* шляхом транслітерації як *au*, допускаються орфографічні варіанти: *аудієнція і авдієнція, аудиторія і авдиторія, лауреат і лавреат, пауза і павза, фауна і фавна*» [14].

І. Фаріон називає невластиву тенденцію нарощування слів зі збігом голосних фонетичною асиміляцією з російською мовою, яка зумовлена псевдонауковим спадком – правописом 1933 р. Та зазначає, що підставою для такої асиміляції є опосередковане (через російську мову) запозичення іншомовних слів [7].

Зазначимо, що у російській мові, на відміну від української, кінцевий звук [в] та в позиції перед

приголосним оглушується до [ф], наприклад, кро[ф], Са[ф]ка, а в запозичених словах, зважаючи на відсутність законів милозвучності у російській мові, відзначаємо повну нелогічність у переданні дифтонга **au**: автомобіль (грец. *autos* – «сам»), але аудиторія (лат. *audio* – «слухаю, чую»).

Відтак цю непослідовність та алогічність перенесено до української мови: *лавр*, але *лауреат*; *фавн*, але *фауна*; *автор*, але *аутизм*. Звідси штучна суперечність між написанням та вимовою. Ту саму непослідовність, а радше копійованість із російської мови перенесено на передання власних назв (імен, прізвиськ, топонімів): *Фауст* замість *Фавст*, хоч *Фавн* (*мітичний бог?*), *Аврора*, *Австрія* тощо [10, с. 73].

Хоча ще в «Українському правописі» 1921р., який отримав статус першого українського академічного правопису, у рубриці «Правопис чужих слів в українській мові» зазначено наступне: «Чужий дифтонг *au* передаємо через *ав*: *автор*, *Август*, *Австрія*. Тільки перед голосними передаємо той дифтонг через *ау*, а не *ав*: *Ауе*, *Шопенгауер*» [8].

Ця норма діяла й у правописі 1928 року. Її ж зберігає і «Орфоепічний словник» 1964 р. (укладач М. Погрібний), і «Орфоепічний словник української мови: У 2 т.» (укладачі М. Пещак та ін.), а була змінена ця норма у русифікованому правописі 1933 року.

Окрім цього, в українській мові фонема [в] у відповідних фонетичних позиціях (на початку слова перед приголосним, у позиції після голосного наприкінці слова та перед приголосним у середині слова, наприклад: [ў]зя[ў], пра[ў]да, реалізується як [ў] нескладовий.

Варто зазначити, що вимова звука [ў] відповідає звуку [u]. При вимові цих звуків язик і губи так змінюють своє положення: язик рухається в ротовій порожнині назад і вгору. Губи в початковий момент помітно округлені і, у міру руху язика, округлюються ще сильніше.

Також передача буквосполучення *au* через *ав* є характерною для фонетичної системи української мови, оскільки дозволяє уникнути невластивого для неї зіяння.

Таким, що спотворює морфологічну систему української мови є **функціонування запозичень, які не змінюються**, і становлять окрему морфологічну групу невідмінюваних іменників та перебувають на периферії граматичної системи української мови, зокрема й ті слова, які в розмовному мовленні відмінюють, а саме: *авто* – *авта*, *на авті*; *кіно* – *у кіні*, *кіном* тощо.

Олександр Пономарів зазначав наступне: «Чому у нас відмінюється тільки пальто, яке Павло Григорович Тичина, коли був міністром освіти і підписував правопис 1946 року, він єдине це слово відстояв, що його потрібно відмінювати. А потім ще пізніше колись додали ситро. Всі ці іменники на -о повинні відмінюватися. У нас вони всі колись відмінювалися як і у всіх слов'янських мовах, крім російської. *Я вийшов з кіно* – це все одно, що *я виглянув з вікно*». <https://uainfo.org/blognews/1558619280-iz-feminitivami-ale-bez-kina-ta-lavreata-shcho-zminyue-nova.html>

І.Р. Вихованець вважає, що відмінювання таких іменників має бути узаконено. У статті «Динамічні процеси в українському іменниковому відмінюванні» він зазначає: «Штучне затримування й незакріплення того, що відшліфоване в народній мові, а отже, прогресивних динамічних процесів, видається консервативним» [2, с. 37].

Така думка узгоджується з тим, що невідмінювані іменники української мови можуть виконувати всі первинні семантико-синтаксичні та формально-синтаксичні функції відмінків, які притаманні іншим іменниковим лексемам: називний – суб'єкт (граматичний підмет); родовий – поєднання суб'єктної та об'єктної семантики (приіменниковий другорядний член речення); давальний – адресат (придієслівний другорядний член речення); знахідний – об'єкт (придієслівний сильнокерований другорядний член речення); орудний – інструментальна функція (придієслівний другорядний член речення); місцевий – локатив (функція детермінанта); кличний – функція адресата – потенційного суб'єкта дії або суб'єкта стану. Особливістю відмінкових категорійних значень невідмінюваних іменників є їхня формальна нереалізованість. Семантика відповідних відмінків у цих іменниках виражена за допомогою синтагматичних засобів (флексій атрибутивних елементів, дієслівних предикатів) [15, с. 174].

Також у правописі 1928 р. зазначено наступне: «Відмінюються чужі іменники так, як відповідні українські. Зокрема відмінюються як ніякого роду іменники слова: *авто*, *кіно*, *бюро*, *депо*, *мotto*, *манто*, *піаніно*, *трюмо*» [13]. Наразі в публіцистичному та розмовному мовленні спостерігаємо тенденцію до ігнорування норми правопису 2019 р. («Деякі іменники іншомовного походження не відмінюємо, а саме: *кіно*, *радіо*....., за традицією відмінюємо *вино*, *пальто*, *ситро*»), суть якої полягає в прагненні повністю підпорядкувати законам відмінювання всі іменники, зокрема й іншомовного походження.

Спотворенням фонемної структури морфем у низці запозичених слів, оформлених засобами української мови, є **знищення йотації голосних а, у, о** (замість іа, ю, йо).

Це простежуємо в неоднаковому написанні спільнокоренових слів. У словах *артерія, імперія, колонія, матерія тощо* після літери і стоять йотовані голосні літери, які мали б зберігатися у похідних словах, але натомість бачимо, що у похідних словах сполука –іа– змінюється на –іа–, фонема й безпідставно усикається в цих словах, і тому слова набувають штучного, неприродного, для української мови звучання: *матеріал, матеріальний, матеріалізм, матеріалістичний, колоніальний, колоніалізм тощо*.

Окрім того, неприродним є й початкове іу замість ю на кшталт *іудаїзм замість юдаїзм*. Початкове іо замість йо у подібних словах (Йорданія замість Йорданія) спостерігаємо у слов'янських мовах, крім церковнослов'янської, яка стала основою для творення російської мови. Отже, такі слова утворено асимільовано до російської мови.

Потрібно зберегти в таких словах наявну у вихідних основах фонему й, яку передають йотованою голосною літерою. Оскільки таке написання усуває непритаманний для української мови збіг голосних. Таке написання можемо спостерігати у низці питомих українських слів на кшталт *діяльність, моя* тощо, а також у власних назвах таких, як *Андріян, Іліян, Купріян, Ліліяна, Маркіян, Себастьян* та у низці незасимільованих запозичених слів, наприклад: *василіяни, варіят, маніяк, макіяж, парафіяни тощо*.

Знаково, що мова, пручаючись фонетичній асиміляції, творила варіанти подібних слів то через апостроф, то через знак м'якшення: Валер'ян (Валеріан), Март'ян (Мартиніан) і паралельні форми: Юліян і Юліан [7].

Я. Гримм зазначав наступне: «Усі мови, доки вони в здоровому стані, мають природний стимул усувати від себе чуже, а коли воно вже вдерлося, витискати його знову або принаймні згладжувати місцевими елементами. Нема народу, здатного до розвитку всіх можливих звуків, і всяка мова уникає тих, які їй невластиві або супротивні. Що справедливо про звуки, то ще більше стосується слів» [4, с. 120].

Хоч українська літературна мова належить до мов консонантного типу (значна кількісна перевага приголосних над голосними: 32 : 6 – 84,2% : 15,8%), але її своєрідність полягає у функційному співвідношенні цих голосних та приголосних. На кожних 100 голосних у нас припадає 130–140 приголосних [5, с. 26].

Така послідовність поєднання звуків гарантує милозвучність (тобто фонічність) української мови. Звукосполуки на кшталт –іаа– цілком суперечать цій вокально-консонантній гармонії.

Але все ж таки в українській мові трапляються збіги двох голосних на стикові морфем, наприклад: на межі префікса і кореня: *про/експериментувати*, префікса і префікса: *ви/о/крем/и/ти*; двох основ: *високо/авторитетний* тощо. Що ж стосується збігу власне у морфемах – то українська мова не допускає небажаного розхитування її фонічності.

Уникнення збігу голосних власне у морфемах в українській мові прослідковується не лише при збереженні йотації. Варто згадати й про те, що з метою уникнення зіяння усередині слова, українська мова розвинула епетентичні звуки [w] і [j] та [ɣ]: *Ганна, Йосип, павук*. Натомість у російській мові ці слова звучать так: *Анна, Іосиф, паук*. Отже, в українській мові зіяння усувають шляхом збереження йотації, стягнення голосних та розвитку епетентичних (інтервокальних) приголосних: *Іоанъ > Іван*.

Не відображає усієї гармонійності та самобутності та спотворює фонетичні особливості української мови передача на сучасному етапі іншомовних звуків [h] та [g].

Довгий час в українській мові існувала традиція орієнтуватися на російський спосіб передавання звука [h] з германських мов, тобто через звук [x], нехтування фонетичними особливостями української мови призвело до *різнонаписання на зразок гостинг і хостинг, гакер і хакер, Гіларі і Хіларі* тощо [3].

Не вирішено це питання і в «Українському правописі» 2019 року. «Звук [h] переважно передаємо буквою г: *гандбóл, гербáрій, гíнди, гіпóтеза, горизóнт, гóспіс, гóспіталь, гúмус; Гáрвард, Гéльсінкі, Гíндустáн, Гáннібáл, Гéйне, Горáцій, Люфтáнза*. За традицією в окремих словах, запозичених з європейських та деяких східних мов, [h] і фонетично близькі до нього звуки передаємо буквою х: *хóбі, хокéй, хол, хóлдинг, брахмáн, джихáд, моджахéд, ханúм, харакірі, хіджáб, шахíд, Аллáх, Ахмéd, Мухáммед, Сухрóб, Хакíм, Хаммурáні* і т. ін. [14].

Хоча про розмежування цих звуків зазначено ще у першому правописі України «Граматики славенскиа правильное Сунтагма» Мелетія Смолицького, яка вийшла у світ 1619 р. (перший у славистиці повний курс церковнослов'янської мови в її українській редакції (Київський ізвод), де слов'янсько-українську писемність частково

приспосовано до української фонетики). Поряд з правилами, які стосуються питомих слів, у цій Граматиці описано правила вимови і написання «чужих» слів, зокрема йдеться про уведення в українську графіку нової літери на позначення дзвінкого проривного задньоязикового приголосного – г, тим самим започатковано розмежування значення букв г і ґ та звуків, які вони передають.

Зберігається така тенденція і у правописі Олексія Павловського «Грамматика Малоросійскаго нарѣчія», де зазначено наступне: «есть много словъ, въ которыхъ г произносится такъ, какъ латинское g, наприм. *гуля, гнѣпецъ, грѣна, гудзь, гвалтъ*», которыя, для отличія отъ первыхъ, я буду писать двумя буквами кг, *кгуля, кгрѣна, кгвалтъ*» [9].

Чітко розмежовують ці літери у желяхівці, правописі «Руска Граматика» Степана Смаль-Стоцького та Федора Гартнера, яка вийшла 1893 року у Львові; «Руській правописі із словарцем», виданій у Галичині 1904 року; «Українському правописі» 1928 р тощо.

Це змінено в «Українському правописі» 1933 р., де зазначено: «h і g передаються літерою г, а в окремих словах англійського походження h передається літерою х: *хобі, хокей, хол, Хемінґуей*» [12]. Така позиція зберігалася і у правописах 1946 р., 2007 р. тощо. І лише з відновленням української державности літеру ґ було відновлено в українській абетці, хоча варто зазначити, що слова зі звуком [г] (ґава, ґрати, ґвалтувати, ґедзь) завжди зберігали відмінну вимову від слів зі звуком [г].

Отже, незважаючи на те, що українська мова, подібно до германських, романських та інших мов, має окремі фонemi [г] і [ґ], у правописах 1933 р., 1946 р., 2007 р. цим знехтувано.

Роксоляна Петрівна Зорівчак пропонує англійський звук [h] транслітерувати в усіх випадках українською буквою г і відкинути традицію передавання його літерою х, бо фонетичне значення літери х не відповідає англійському [h]. Наш звук [x] – це задньоязиковий, а англійський звук [h], як і український [г], – гортанний звук. Англійський звук відрізняється тим, що він в основному глухий, і лише в деяких позиціях (між голосними) набирає дзвінкості, наприклад: *a head*, тобто його алофон зовсім близький до українського [г]. Крім того, англійський [h] і український [x] відрізняються ще й тим, що [h] «майже безшумний звук, це ніби тільки видих, а наш [x] супроводжується значним шумом і тому не може представляти англійського [h]» [6, с. 146].

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз мовного матеріалу дозволив дійти висновку про те, що сучасні правописні норми української літературної мови не відповідають уповні фонетичній та морфологічній системам української мови. Зокрема, варто звернути увагу та відновити такі особливості, як вживання и на початку слова, передавання буквосполучення ai через ав, відмінювання запозичень, збереження наявної у вихідних основах фонemi [й], яку передають йотованою голосною літерою, передавання іншомовних звуків [h] та [g] відповідно через [г] і [ґ].

Список літератури:

1. Вихованець І.В. Визначальний принцип українського правопису. *Український правопис: так і ні*. Довіра. 1997 р. С. 181.
2. Вихованець І.Р. Динамічні процеси в українському іменниковому відмінюванні. *Українська мова*. 2003. № 3-4. С. 33–37.
3. Воловенко І.В. Особливості унормування запозичень у сучасній українській літературній мові. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова. Серія 10. «Проблеми граматики і лексикології української мови»*. Київ, 2015. Вип. 12. С. 24–28.
4. Гримм Я., Звегинцев В. О происхождении языка. *История языкознания XIX – XX веков в очерках и извлечениях*. Москва, 1960. Ч. 1. С. 59–61.
5. Гринчишин Д., Капелюшний А., Сербенська О., З.Терлак. Словник-довідник з культури української мови. Київ : Знання, 2006. 367 с.
6. Зорівчак Р.П., Медвідь О.С., Теплий І.М., Бреславська О.С. Правопис слів іншомовного походження. *Український правопис: так і ні: Обговорення нової редакції «Українського правопису»*. Київ, 1997. С. 138–142.
7. Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова (культура мовлення публічних людей) : монографія. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2013. 331 с.
8. Найголовніші правила українського правопису / Укр. акад. наук. Рівне : Вид. Волин. кооператив. вид-ва, 1921 р. 19 с.
9. Павловский А.П. Грамматика малороссийского наречия. Санкт-Петербург. 1818.
10. Ситник А. Сліди кирзаків і лаптів на мапі України. *Урок української*. 2002. № 4. С. 5–8.

11. Сучасна українська літературна мова : підруч. для студентів вузів, які вивч. дисципліну «Сучас. укр. літ. мова» / М. Я. Плющ, С. П. Бевзенко, Н. Я. Грипас та ін.; за заг. ред. М. Я. Плющ. Київ : Вища школа, 1994. 413 с.

12. Український правопис / Нар. комісаріат освіти УСРР; передм. А. Хвиля. Харків: Радянська школа, 1933. 94 с.

13. Український правопис / Нар. комісаріат освіти УСРР. Вид. 1-ше. Київ: Державне видавництво України, 1929. 103 с.

14. Український правопис / Нац. акад. наук України / ред. Є. І. Мазніченко, В.Є.Македон, С. В. Шарабана. Київ : Наукова думка, 2019. 390 [1] с.

15. Фурса В. М. Особливості морфологічного освоєння іншомовних невідмінюваних іменників у сучасній українській мові. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10 «Проблеми граматики і лексикології української мови»*. Київ, 2009. Вип. 5. С. 172–175.

16. Шевельов Ю. Про критерії в питаннях офіційного українського правопису. *Український правопис: так і ні*. Київ, 1997. С. 68–76.

Volovenko I. V. COMPLIANCE OF SPELLING STANDARTS WITH THE PHONETIC AND WORD-FORMING SYSTEMS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE

In the article said about conformity of some orthographic norms to the phonetic and word-forming systems of the Ukrainian language. It is noted, that modern writing does not fully reflect all perfection and harmony of Ukrainian language.

Attention is concentrate on reproduction or neglect of Ukrainian language features, as the using of the letter [u] at the beginning of the word and spelling aggression of the letter i. It is pointed on that the sound [u] on the beginning of the word responds to the transdnieper pronunciation, which registered in Ukrainian Language Dictionary of B.Grinenko (complier M.Pogribny), “Modern Ukrainian Literally Language” on the redaction of M.Pliushch.

It is substantiated that the transmission of the letter combination au trough ay does not typical for Ukrainian language. Also spelling attractions have being analysed (“Ukrainian Spelling” 1921 year, “Ukrainian Spelling” 1928 year, “Orphoepic Dictionary” 1964 year, “Orphoepic Dictionary of the Ukrainian Language: In 2 volumes” (compliers M.Peshchak et al.)), in which the moving features of letter combination au in Ukrainian language pointed.

Also, attention is focused on the fact that words, which do not change and constitute a separate morphological group of indeclinable nouns, that are located on the periphery of grammatical system of Ukrainian language and do not corresponds it morphological system, also those words that are cased in conversational speech.

Also, in the investigation is said about saving of the present in original bases sound [y], that is transmitted with an iotaed vowel in words such as: матеріальний, соціальний etc. Because this spelling eliminates the coincidence of vowels, which is not characteristic of the Ukrainian language.

Also, in the article is said, that throw the long time in Ukrainian language exist the tradition of focusing on the russian way of transmitting the sound [h] from Germanic languages, namely through the sound [x], and as a result – neglecting the phonetic features of the Ukrainian language, in the sound [r]. The orthographical monuments (“Grammatiki Slavienskiа pravlioє Syntagma” by Meletii Smotrytskyi, the spelling of Oleksiy Pavlovsky “Grammar of the Little Russian dialect”, spelling “Russian Grammar” by Stepan Smal-Stotskyi and Fedor Gartner etc.), in which said about demarcation of sounds [z] and [r] in the Ukrainian language and transmission of foreign sounds [h] and [g].

Key words: *phonetic system of Ukrainian language, morphological system of Ukrainian language, spelling rules, spelling, changes on the phonemic and morphological levels.*

Гончаренко А. В.

Інститут мовознавства імені О. О. Потебні Національної академії наук України

НОВІТНІ АНГЛІЗМИ ІЗ СЕМАНТИКОЮ ШАХРАЙСТВА У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ¹

У статті розглянуто й проаналізовано семантичну й словотвірну поведінку новітніх англійських слів із семантикою шахрайства в українській мові. Зазначено, що розвиток інформаційних технологій, електронних платіжних систем, засобів сучасної комунікації зумовив появу нових засобів та способів скоєння злочинних дій і, відповідно, нових мовних одиниць на їх позначення, що активно проникають до лексичної системи української мови. Частина таких слів стає на шлях запозичення ще до того, як знаходить закріплення у лексикографічній практиці мови-донора. У процесі суцільної вибірки із матеріалів засобів масової інформації, спеціалізованих інтернет-ресурсів, соціальних мереж, наукової та науково-популярної літератури тощо засвідчено близько 30 некодифікованих українськими словниками іношомовних слів на позначення понять, котрі стосуються кібершахрайства – виду злочинності, що вчиняється за допомогою комп'ютерно-телекомунікаційних пристроїв, систем чи мереж. Здійснено класифікацію виділених найменувань за значеннєвим принципом – назви шахрайств, назви спеціальних засобів для скоєння шахрайських дій, назви осіб, що вчиняють шахрайські дії; у межах першої, найоб'ємнішої, групи слів виокремлено назви інтернет-шахрайств, назви телефонних шахрайств та назви банкоматних шахрайств. З'ясовано, що виділені найменування у більшості випадків у процесі засвоєння не зазнають семантичних змін, функціонуючи на українськомовному ґрунті з тим самим значенням, що й у мові-джерелі. Спостерігається їх входження до структури української мови не лише поодинокими одиницями, а й групами (парами) спільнокореневих слів. Усі виокремлені англізми відтворюються шляхом транскрипції і/або транслітерації, асимілюються на морфологічному рівні (набувають ознак граматичної категорії роду, змінюються за числами і відмінками). Найбільш освоєні лексеми реалізують свій дериваційний потенціал в похідних іменниках та, частіше, прикметниках. Установлено спектр словотвірних значень, засвідчених новотворами від чужомовних входжень; визначено сукупність словотвірних формантів, які передають ці значення.

Ключові слова: англійське слово, новітнє запозичення, українська мова, адаптація, шахрайство.

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ ст. став часом розширення соціально-економічних, політичних, культурних зв'язків України з іноземними державами. Результатом таких контактів стало посилення входження до української мови чужорідної лексики. Особливо зросла кількість запозичень для позначення нових явищ і процесів, наявних у світовій англійській практиці. Активне вживання засвоєних назв, динамічне зростання їх структурно-семантичних типів, відсутність лексикографічної фіксації зумовлює необхідність постійної реєстрації та наукового вивчення нових іношомовних одиниць в українському лінгвістичному просторі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Збільшення кількості англійських слів у структурі сучасної української мови спричинило посилення уваги

лінгвістів до особливостей мовних контактів, специфіки засвоєння і функціонування запозичених слів у мові-реципієнті. У різних аспектах цей процес досліджували Б.М. Ажнюк, Г.В. Зимовець, І.О. Коробова, С.В. Семчинський, С.А. Федорець та ін. На сьогодні наявні детальні студії, у яких проаналізовано етапи та ступені освоєння чужовізмів (Л.М. Архипенко, І.М. Каминін, О.А. Стишов), їх словотвірну поведінку в новому лінгвокультурному просторі (Є.А. Карпіловська, Л.П. Кислюк, Н.Ф. Клименко, В.М. Фурса), тенденції семантичної адаптації (Я.В. Битківська, Т.М. Полякова, В.П. Сімонок) тощо. Однак ці дослідження не вичерпують усього різнопланового потенціалу засвоєних назв, ухвалення яких до лексико-семантичної системи української мови зростає відповідно до впровадження

¹ Статтю підготовлено в межах наукового проєкту «Новітні англійські слова в українській мові» (державний реєстраційний номер 0121U110505 від 12.04.2021).

інноваційних технологій та пожвавлення зв'язків зі світовою спільнотою. Малодослідженою лишається група новітніх запозичень, що вказують на злочинні дії в умовах сучасного етапу розвитку суспільства. Побіжно про такі мовні одиниці згадано у дисертаційній праці І.О. Коробової. Утім виділені слова потребують детального лінгвістичного опису з огляду на стрімке поширення явищ, які вони позначають, та виявлення сучасних тенденцій розвитку мови.

Мета статті – проаналізувати семантичні особливості та словотвірний потенціал новітніх англійських запозичень із семантикою шахрайства у сучасній українській мові.

Виклад основного матеріалу. Розвиток і масове використання комп'ютерних технологій, локальних, галузевих, регіональних та глобальних мереж зв'язку, електронних платіжних систем спричинили появу нових засобів та способів скоєння злочинних дій. Зародившись в англійському світі, такі поняття не знаходять аналогів в українськомовному просторі, а тому засвоюються водночас із назвами, що їх номінують. Відтак українська мова поповнюється найменуваннями нових видів правопорушень, представленими англійськими, які позначають неправомірні вчинки в інформаційній сфері. За підрахунками І.О. Коробової подібні слова складають 3 % від загального числа новітніх входжень у структуру української мови [2, с. 89], а проте вони набувають активного вживання через зростання кількості випадків незаконного отримання матеріальної чи іншої вигоди шляхом втручання в системи обробки даних.

У процесі суцільної вибірки із матеріалів спеціалізованих інтернет-ресурсів, соціальних мереж, засобів масової інформації, наукової та науково-популярної літератури тощо засвідчено близько 30 лексикографічно не кодифікованих іноземних лексичних одиниць на позначення понять, котрі стосуються нового виду злочинності, що вчиняється за допомогою комп'ютерно-телекомунікаційних пристроїв, систем чи мереж і називається кібершахрайством. Як показують спостереження, частину таких слів було запозичено в українську мову ще до того, як вона закріпилася у словникарській практиці мови-донора. Зокрема, у найавторитетніших сучасних лексикографічних виданнях англійської мови не фіксуються слова *refilling*, *Jackpotting*, *Cash Trapping* і под. [3; 4; 5; 6], однак вони активно функціонують в її узусі та засвоюються в інші мови.

На новому лінгвальному ґрунті чужовізм зазнають процесу адаптації, суть якого полягає

в освоєнні іноземної лексики системою мови-реципієнта на всіх її рівнях – графічному, фонетичному, морфологічному, лексико-семантичному та словотвірному. Проте найбільшу роль відіграють лексико-семантичний та словотвірний рівні як вищі ступені еволюційного процесу асиміляції лексичних запозичень у мові, що запозичує [1, с. 158].

У складі української мови англізми із семантикою шахрайства зазвичай відтворюються її засобами шляхом транскрипції і/або транслітерації, набувають ознак граматичної категорії роду, змінюються за числами і відмінками та засвоюються на лексико-семантичному рівні.

За значеннєвим принципом вони формують 3 умовні групи – ‘назви шахрайств’, ‘назви спеціальних засобів для скоєння шахрайських дій’, ‘назви осіб, що вчиняють шахрайські дії’. Найбільшу кількість становлять безпосередньо засвоєні з мови-першоджерела лексеми, які позначають нові види шахрайств. З-поміж них загальну семантику незаконного використання інформаційних технологій у сферах телекомунікацій та банківського сектору задля присвоєння чужих коштів виражає англізм *фрод* (*fraud*). Напр.: *За прогнозами експертів, у майбутньому схеми фроду стануть все більш витонченими, тому бізнесам варто вже зараз посилити безпеку корпоративних ресурсів* [34]. Слід зауважити, що в українській мові слово зазнало звуження семантичного обсягу, позначаючи в англійському середовищі будь-який тип шахрайства, обману, вчиненого з метою отримання нечесної вигоди [3; 4]. Утім щодо решти одиниць зазначеної групи помітною є тенденція їх засвоєння без зміни семантики.

Залежно від засобів чи сфери скоєння неправомірного вчинку найменування шахрайств можна типологізувати за трьома підгрупами – ‘назви інтернет-шахрайств’, ‘назви телефонних шахрайств’ та ‘назви банкоматних шахрайств’.

Серед позначень шахрайств, що скоюються через мережу «Інтернет», засвоєно слова: *кіберсквотинг* (*cybersquatting*) ‘реєстрація доменних імен, що містять назви вже наявних торгових марок або близьких до них за звучанням, з наміром подальшого перепродажу зацікавленим компаніям’, *тайпсквотинг* (*typosquatting*) ‘різновид кіберсквотингу – реєстрація доменних імен, співзвучних до адрес популярних сайтів, з розрахунком на помилку частини користувачів’, *кейлогінг* (*keylogging*) ‘відстеження натискань користувачем клавіш на клавіатурі для виявлення конфіденційної інформації’, *клікджекінг* (*clickjacking*)

‘накладання поверх вебсторінки замаскованого гіперпосилання, що перенаправляє користувачів мережі «Інтернет» на сайт, якого вони не бажають відвідувати», *клікфрод* (click fraud) ‘прихований перехід на рекламне посилання особою, не зацікавленою у рекламному оголошенні’, *спуфінг* (spoofing) ‘кібератака, за якої шахрай маскується під надійне джерело задля отримання доступу до конфіденційної інформації», *фішинг* (phishing) ‘заманювання жертви на сайт-пастку шляхом розсилання електронних листів від імені популярних інтернет-магазинів, банків, соціальних мереж тощо з метою отримання доступу до конфіденційних даних (логінів, паролів) користувача’, *фармінг* (pharming) ‘різновид фішингу, що передбачає приховане перенаправлення користувачів зі справжньої IP-адреси на фальшиву’. Напр.: *Кіберсквотинг можна вважати як однією з можливостей для легального бізнесу, так і підставою для виникнення спірних правовідносин у сфері інтелектуальної власності чи навіть притягнення до кримінальної відповідальності* [15]; *Серед компаній, що зазнали тайнсквотингу, відомі такі гіганти як Verizon, Lufthansa, Lego і т.д.* [25]; *Один з інструментів, який існує протягом десятиліть і все ще є небезпечним, як і був, коли його винайшли, – це кейлогінг* [38]; *Клікджекінг – серйозна загроза не тільки для користувачів, але і для сайтів* [39]; *Головними ліками від клікфроду на сьогодні залишаються уважність та самоорганізованість рекламодавця* [16]; *Зазвичай основною метою спуфінгу є доступ до особистої інформації, викрадення грошей, обхід засобів контролю доступу до мережі або поширення шкідливого програмного забезпечення* [41]; *Для захисту від фішингу були створені безкоштовні сервіси, які допомагають швидко перевірити справжність сайту* [43]; *Механізм фармінгу нічим не відрізняється від стандартного вірусного зараження* [там же].

Різновиди телефонних шахрайств номінуються за допомогою лексем *вішинг* (vishing) ‘телефонне шахрайство, що передбачає виманювання реквізитів банківських карток або іншої конфіденційної інформації, примушування до переказу коштів на картку злодіїв’, *рефайлінг* (refiling) ‘незаконна підміна міжнародного телефонного трафіку’, *смішинг* (smishing) ‘різновид фішингу через текстові повідомлення на телефон’, *фрикінг* (phreaking) ‘зламування телефонних автоматів і мереж мобільного зв’язку за допомогою прихованих від користувача функцій з метою отримання безкоштовних дзвінків, поповнення

рахунку тощо’, *боксинг* (boxing) ‘різновид фрикінгу, що передбачає підключення до телефона пристроїв для злому’. Напр.: *76 % користувачів, які стали об’єктом вішингу, розголошували реквізити карт* [там же]; *У майбутньому рефайлінг поступово втрачатиме свою актуальність через зростання популярності голосових сервісів та месенджерів* [26, с. 152]; *Вперше про смішинг ФБР повідомило в 2010 році* [31]; *Людей, котрі спеціалізуються на фрикінгу, називають фрикерами* [33]; *Боксинг об’єднує в собі більше 200 боксів, більшість з яких були створені наприкінці 1980-х або на початку 1990-х років* [там же].

Посягання злочинців на доступ до чужих коштів та банківських рахунків зумовили появу шахрайських дій з банкоматними системами. Серед новітніх запозичень на позначення таких понять зафіксовано слова: *джекпотинг* (Jackpotting) ‘використання зовнішніх електронних пристроїв або шкідливих програм задля отримання контролю над апаратною складовою банкомату’, *кардинг* (carding) ‘різновид шахрайства, за якого здійснюється операція з використанням банківської картки або її реквізитів без участі та відома власника’, *кештрепінг* (Cash Trapping) ‘встановлення на отвір для видачі готівки банкомата шахрайських пристроїв, які унеможливають отримання коштів жертвою’, *скімінг* (skimming) ‘крадіжка даних банківської карти за допомогою спеціальних пристроїв для зчитування інформації, які встановлюють ззовні банкоматів’, *шиммінг* (shimming) ‘крадіжка даних банківської картки за допомогою спеціального пристрою для зчитування інформації, який встановлюється у картоприймач банкомату’. Напр.: *Атаки на банкомати в європейських країнах з використанням шкідливих програм і джекпотингу виявилися неефективними в першій половині 2019 року* [13]; *Основний захист від кардингу – пильність користувача* [43]; *Кештрепінг масово використовувався шахраями в Україні в останні роки* [23]; *Кіберполіція викрила злочинну групу у привласненні мільйона гривень за допомогою скімінгу* [14]; *Єдиним дієвим захистом від шиммінгу є застосування чипових платіжних карток* [12].

Адаптувавшись до графічної, фонетичної, граматичної систем української мови, частина виділених запозичень на позначення різних типів кібершахрайств проявляє словотвірну активність та продукує новотвори, переважно ад’єктивного типу. Серед них засвідчуємо прикметники, утворені за допомогою суфікса *-ов-*, який передає відносне словотвірне значення ‘властивий

предметові або явищу, яке називає твірний іменник', 'такий, що має стосунок до названого твірним іменником' – кіберсквотинговий, спуфінговий, фішинговий, фармінговий, вішинговий, смішинговий, скімінговий. Напр.: Відповідно до рекомендацій була введена в дію Універсальна стратегія розгляду спорів щодо доменних імен, покликана надавати допомогу власникам знаків для товарів і послуг, які постраждали від **кіберсквотингової** діяльності [20, с. 87]; Як розпізнавати **спуфінгові** листи й реагувати на них [8]; У світі кожні півхвилини створюються **фішингові** сайти, здатні вкрати дані банківських карт або основний обліковий запис [42]; Рекомендуємо вам підготувати LP-токени пари EXON/USDT, щоб у найближчий час додати їх у **фармінговий** пул [45]; Якщо в результаті **вішингової** атаки карткові реквізити все ж були розголошені, першочерговою дією будь-якого користувача має бути негайне блокування платіжної картки [7]; **Смішингові** повідомлення можуть надходити з телефонних номерів у дивному або незрозумілому форматі [27]; У першому півріччі 2017 р. було зафіксовано 50 випадків встановлення **скімінгового** обладнання на банкоматах України [23].

Окрім назв нових видів шахрайств, українською мовою засвоєно також лексичні одиниці на позначення спеціальних пристроїв та програм, за допомогою яких скоюються злочинні дії: **скімер** (skimmer) 'пристрій для зчитування даних банківських карток у вигляді відеокамери або спеціальної накладки на клавіатуру, картоприймач', **шимер** (shimmer) 'тонка гнучка плата для зчитування даних банківських карток, що прикріплюється до картоприймача банкомата', **кейлогер** (keylogger) 'пристрій або програма, що використовується для відстеження натискань клавіш користувачем', **руткіт** (rootkit) 'програма, що використовує технології перехоплення системних функцій та приховування слідів присутності зловмисника чи шкідливої програми в системі', **сніфер** (sniffer) 'програма або спеціальний пристрій для перехоплення й аналізу мережевого трафіку'. Напр.: **Скімери**, як правило, встановлюють на банкомати, які знаходяться в нелюдних місцях, коли в темний час доби там точно не буде людей [30]; **Шимер** – воістину геніальний винахід [37]; **Кейлогери** відомі своєю здатністю збирати всі ваші особисті дані абсолютно непомітно [38]; Зловмисник, який за допомогою **руткіта** отримав можливість керувати комп'ютером, може викрадати паролі, дані банківських карток, здійснювати DDoS атаки, шпигувати за користувачем і багато іншого [40];

Сніфери застосовуються як у благих, так і в деструктивних цілях [28]. На сучасному етапі такі слова виявляють нульову дериваційну спроможність.

У системі української мови засвідчуються також новітні назви осіб, які вчиняють неправомірні дії в сучасному інформаційному просторі, – кібершахраїв. Серед них засвідчуємо слова, які мають прями відповідники в англійській мові, що дає підстави припускати їх безпосереднє засвоєння в українську мову, – **кіберсквотер** (cybersquatter) 'той, хто займається кіберсквотингом', **тайпсквотер** (typosquatter) 'той, хто займається тайпсквотингом', **фішер** (phisher) 'той, хто намагається обманути когось за допомогою фішингу', **фрикер** (phreaker) 'телефонний хакер', **кардер** (carder) 'той, хто займається шахрайством з платіжними картками', **крекер** (cracker) 'фахівець зі створення програм для злому захисту ліцензійного програмного забезпечення'. Напр.: В окремих випадках бізнес може стати навіть жертвою вимагання **кіберсквотерів**, які за «відступ» зареєстрованого ними доменного імені, ... вимагають грошові кошти чи здійснення інших дій майнового характеру [15]; **Тайпсквотер** за рахунок перенаправлення трафіку може зібрати на своєму сайті певний відсоток тих відвідувачів, які помилилися, у результаті чого отримати економічні вигоди, наприклад, за рахунок показу реклами [21]; Далеко не всі користувачі орієнтуються в правилах безпеки в мережі та мають достатній рівень обізнаності, чим і користуються досвідчені **фішери** [10]; Зараз **фрикери** воліють гратися з GSM і CDMA лише для того, щоб інколи похуліганити і познущатися над співвітчизниками [36]; Якщо фальшивомонетнику для зразка досить узяти першу-ліпшу купюру, яка перебуває в обігу, то **кардеру** треба якимось чином проникнути в базу даних банку [11]; В абсолютній більшості випадків **крекер** не має у своєму розпорядженні вихідного коду програми [17]. Деякі з нових позначень осіб-кібершахраїв не відомі в англійській мові та утворилися, імовірно, на українськомовному ґрунті шляхом додавання питомого афікса *-ер* до основи слова-етимона – **фродер** (fraud) 'той, хто незаконно використовує інформаційні технології у сферах телекомунікацій та банківського сектору з метою присвоєння чужих коштів', або виникли внаслідок переосмислення і звукової подібності до прямого запозичення з іншим, предметним, значенням – **скімер** 'той, хто незаконно знімає готівку з чужих банківських карток за допомогою спеціального облад-

нання' (пор. *скімер* вище). Напр.: **Фродери** завдають збитків не лише операторам мобільного зв'язку – побічно від них страждають і звичайні абоненти [35]; У вересні в Києві було затримано банду **скімерів**, яка викрадала дані клієнтів українських банків і знімала кошти за підробленими картками [29].

Агентивна семантика виділених неологізмів на -*ер* уможливила деривацію похідних одиниць із суфіксом -*ств*- зі словотвірним значенням 'заняття особи, названої твірним іменником' – *кіберсквотерство*, *кардерство*, *фродерство*. Напр.: *Галузе* **кіберсквотерство** є одним з найприбутковіших, оскільки володіння доменом, що точно відповідає назві галузі або товару, це завжди запорука успіху та прибутку [32]; *Найгострішими загрозами для бізнесу підприємці назвали: рейдерство, шахрайство, нерегульовані земельні питання та нестабільність валюти, проблеми кредитування, грінмейл та кардерство* [24]; *Новий вид злочинності – фродерство* [22].

Новітніми позначеннями осіб, що скоюють шахрайські дії, мотивовані відсубстантивні прикметники, що передають значення властивості, стосунку до особи, виразником якого є словотвірний афікс -*ськ*- – *тайпсквотерський*, *фішерський*, *кардерський*, *скімерський*. Напр.: **Тайпсквотерський URL-локатор** буде, як правило, схожим на адресу сайту жертви за одним із зазначених критеріїв [18, с. 218]; *Якщо є доступ до статистики трафіку фішерського вебсайту, можна встановити і перевірити всіх користувачів, які звернулися до цього сайту* [19, с. 14]; *Хакери зла-*

мали кардерський ресурс, на якому здійснювалися купівля і продаж крадених банківських карт, що спричинило значний витік даних [9]; *У Харкові працівники СБУ затримали двох чоловіків, які ставили скімерське обладнання на банкомати і термінали* [44].

Висновки і пропозиції. Отже, у сучасній українській мові активно функціонують запозичені з англomовного простору неологічні лексеми із семантикою шахрайства. Проведене дослідження засвідчує випадки не лише поодинокого запозичення таких слів, а й уходження їх до структури української мови групами (парами) спільнокоренових одиниць – назва шахрайства/ назва спеціального засобу для скоєння шахрайської дії (*keylogging/keylogger, skimming/skimmer, shimming/shimmer*), назва шахрайства/ назва виконавця шахрайської дії (*cybersquatting/cybersquatter, typosquatting/typosquatter, phishing/phisher, phreaking/phreaker, carding/carder*). Здебільшого у процесі засвоєння слова виділеної тематичної групи не зазнають семантичних змін, функціонуючи на українськомовному ґрунті з тим самим значенням, що й у мові-джерелі. Спостерігається їх активна адаптація на фонетичному, графічному, морфологічному рівнях, реалізація дериваційного потенціалу частини найменувань в похідних іменниках та, частіше, прикметниках.

Перспективним видається подальше вивчення складного та динамічного характеру освоєння новітніх запозичень та визначення їх місця у лексичній системі української мови.

Список літератури:

1. Каминін І.М., Чурсіна Л.В. Асиміляція англо- та франкомовних запозичень на семантичному та словотвірному рівнях у сучасній українській мові. *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*, 2018. Вип. 47. С. 157–164.
2. Коробова І.О. Семантичне та словотвірне освоєння новітніх запозичень в українській мові: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Запоріжжя, 2018. 443 с.
3. Cambridge Dictionaries Online. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата звернення: 17.10.22).
4. Collins Online Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата звернення: 17.10.22).
5. Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online. URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата звернення: 17.10.22).
6. Oxford Learner's Dictionaries Online. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата звернення: 17.10.22).

Джерела ілюстративного матеріалу:

7. Вішингова атака: припиніть розмову або втратите гроші. *Фінансовий портал Fin.Org.UA*. URL: <http://www.fin.org.ua/news/1225151> (дата звернення: 17.10.22).
8. Захист бізнесу від внутрішніх кіберзагроз. *Microsoft 365*. URL: <https://bit.ly/3fKjb1y> (дата звернення: 17.10.22).
9. Злам сайту BriansClub спричинив витік даних 26 млн банківських карт. *Букви*. URL: <https://bit.ly/3fyU1Tb> (дата звернення: 17.10.22).
10. Інтернет-фішинг. *Portmone.com*. URL: <https://bit.ly/3RABN18> (дата звернення: 17.10.22).

11. Кардер за сумісництвом. *ZN.UA*. URL: <https://bit.ly/3Ef656o> (дата звернення: 17.10.22).
12. Кардинг. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кардинг> (дата звернення: 17.10.22).
13. Кіберзлочинці “відмовляються” від зламу банкоматів. *CyberCalm*. URL: <https://bit.ly/3REp910> (дата звернення: 17.10.22).
14. Кіберполіція викрила злочинну групу у привласненні мільйона гривень за допомогою скімінгу. *Юридична газета*. URL: <https://bit.ly/3CxZmU8> (дата звернення: 17.10.22).
15. Кіберсквотинг: як захистити «візитівку» бізнесу. *Юридична газета*. URL: <https://bit.ly/3SBRgiF> (дата звернення: 17.10.22).
16. Клікфрод: не плати за шахрайський клік. *Zillya! Антивірус*. URL: <https://zillya.ua/klikfrod-ne-plati-zashakraiskii-klik> (дата звернення: 17.10.22).
17. Крекер (комп’ютерний зламувач). *Вікіпедія*. URL: <https://bit.ly/3ууzmWe> (дата звернення: 17.10.22).
18. Матяш О. Кіберсквотинг як різновид порушення прав інтелектуальної власності в мережі Інтернет. *Правові засади функціонування публічної влади щодо забезпечення інтелектуального розвитку та безпеки суспільства: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 19-20 травня 2016 р.)*. Суми: СДУ, 2016. С. 217–219.
19. Мілентьєва А.М., Ісмайлов К.Ю. Фішинг як сучасна проблема суспільства. *Актуальні питання протидії правопорушенням у сфері використання інформаційно-телекомунікаційних систем: матеріали науково-практичної інтернет-конференції (Одеса, 28 жовтня 2016 р.)*. Одеса: Одеський державний університет внутрішніх справ, 2016. С. 12–15.
20. Науменко Ю.М. Кіберсквотинг як загроза системі правової охорони доменних імен в Україні. *Право та інноваційне суспільство*, 2006. № 2(7). С. 86–90.
21. Новгородська І.М. Доменні імена як засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту: дипломна робота. Київ, 2020. URL: <https://bit.ly/3CL3d04> (дата звернення: 17.10.22).
22. Новий вид злочинності – фродерство. *Телевізійна служба новин*. URL: <https://bit.ly/3SBQHW3> (дата звернення: 17.10.22).
23. Обережно: шахраї. Як з карткових рахунків українців зникають гроші. *Dsnews*. URL: <https://bit.ly/3C6NMOj> (дата звернення: 17.10.22).
24. Підприємці назвали найбільшу загрозу для бізнесу. Офіційний сайт *Львівської торгово-промислової палати*. URL: <https://lcci.com.ua/pidpryemci-nazvaly-najbilshu-zagrozu-dlya-biznesu/> (дата звернення: 17.10.22).
25. Про кіберсквотерство. *Ліга.Блоги*. URL: <https://blog.liga.net/user/ytrachuk/article/8762> (дата звернення: 17.10.22).
26. Савченко А.В. Рефайлінг як спосіб вчинення несанкціонованого втручання в роботу мереж електронного зв’язку. *Юридична наука*, 2018. № 1(79). С. 149–165.
27. Смішинг. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Смішинг> (дата звернення: 17.10.22).
28. Сніфер – аналізатор трафіку. *Snooper.in.ua*. URL: <https://bit.ly/3ydSaK0> (дата звернення: 17.10.22).
29. У Києві затримали скімера з Польщі. *Financial club*. URL: <https://finclub.net/ua/news/u-kievi-zatrimali-skimera-z-polshchi.html> (дата звернення: 17.10.22).
30. У Трускавці у людей масово зникають гроші з карток. *VGORODE*. URL: <https://bit.ly/3UZ5jAs> (дата звернення: 17.10.22).
31. ФБР попередило про аферу з SMS. Як працює смішинг. *ГО «Детектор медіа»*. URL: <https://bit.ly/3CxZPFS> (дата звернення: 17.10.22).
32. Фоя О.А., Золоєва А.О. Проблеми кіберсквотингу в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/21_TSN_2015/Pravo/9_197281.doc.htm (дата звернення: 17.10.22).
33. Фрикінг. *Вікіпедія*. URL: <https://bit.ly/3e5FVsg> (дата звернення: 17.10.22).
34. Фрод та як від нього захиститися: все, що потрібно знати власникам eCommerce. *Minfin.com.ua*. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2022/02/07/80373483/> (дата звернення: 17.10.22).
35. Хто вони, фродери? *Kriminal.tv*. URL: <https://kriminal.tv/news/hto-voni-froderi.html> (дата звернення: 17.10.22).
36. Хто такі фрикери та чому вони з легкістю можуть зламати вашу телефонну мережу? *Bit.ua*. URL: <https://bit.ua/2021/02/telephone-hacker/> (дата звернення: 17.10.22).
37. Шимінг: поговоримо про новий спосіб шахрайства. URL: <https://bit.ly/3Ch717C> (дата звернення: 17.10.22).
38. Що таке кейлогінг? Як виявити та попередити атаки кейлогерів. *Hideez.com*. URL: <https://hideez.com/uk/blogs/news/keylogging> (дата звернення: 17.10.22).
39. Що таке клікджекінг та як від нього захиститися. *Інтернет Свобода*. URL: <https://bit.ly/3fFGedM> (дата звернення: 17.10.22).

40. Що таке руткіт і як з ними боротися. *Antivirus.pp.ua*. URL: http://antivirus.pp.ua/post28_ua.html (дата звернення: 17.10.22).
41. Що таке спуфінг і як запобігти атаці? Поради. *Cybercalm*. URL: <https://bit.ly/3VgdvMW> (дата звернення: 17.10.22).
42. Що таке фішинг і як від нього захиститись? *Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб*. URL: <https://bit.ly/3rQt93S> (дата звернення: 17.10.22).
43. Як захистити кошти на банківській картці. *Конкурент*. URL: <https://bit.ly/3s4efHL> (дата звернення: 17.10.22).
44. Як не потрапити на “гачок” аферистів та вберегти гроші на банківській картці. *Новини Харкова*. URL: <https://bit.ly/3egOUXP> (дата звернення: 17.10.22).
45. Facebook. URL: <https://bit.ly/3EbXO3e> (дата звернення: 17.10.22).

Honcharenko A. V. NEW ENGLISH BORROWINGS WITH THE SEMANTICS OF FRAUD IN THE MODERN UKRAINIAN LANGUAGE

The article examines and analyzes the semantic and word-formative behavior of newest Englishisms with the semantics of fraud in the Ukrainian language. It is noted that the development of information technologies, electronic payment systems, and modern means of communication led to the emergence of new means and methods of committing criminal acts and, accordingly, new linguistic units for their designation, which are actively entering the lexical system of the Ukrainian language. Some of these words are borrowed before they find their place in the lexicographic practice of the donor language. In the process of continuous sampling from the materials of the mass media, specialized Internet resources, social networks, scientific and popular science literature, etc., about 30 foreign words not codified by Ukrainian dictionaries were found to indicate concepts related to cyber fraud – a type of crime committed with the help of computer and telecommunication devices, systems or networks. Classification of selected names according to the meaning principle was carried out – names of frauds, names of special means for committing fraudulent actions, names of persons committing fraudulent actions; within the first, most voluminous, group of words, the names of internet frauds, the names of telephone frauds, and the names of ATM frauds are distinguished. It was found that in most cases, during the process of assimilation, the selected names do not undergo semantic changes, functioning on the Ukrainian-language soil with the same meaning as in the source language. Their entry into the structure of the Ukrainian language is observed not only as single units, but also as groups (pairs) of words with the same root. All selected Englishisms are reproduced by transcription and/or transliteration, assimilated at the morphological level (they acquire signs of the grammatical category of gender, change in number and case). The most mastered lexemes realize their derivational potential in derived nouns and, more often, adjectives. The range of word-forming meanings, evidenced by innovations from foreign borrowings, has been established; a set of word-forming formants that convey these meanings is defined.

Key words: *Englishism, newest loan word, Ukrainian, adaptation, fraud.*

Горіна Ж. Д.

ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

КОЛОРИСТИКА МУЗИЧНО-ПОЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ГУРТІВ «СКРЯБІН» І «ОКЕАН ЕЛЬЗИ»

Наукову публікацію присвячено аналізу семантики, стилістичного і символічного навантаження й функціонування кольоронайменувань у музично-поетичній творчості українських популярних гуртів «Скрябін» і «Океан Ельзи». Автор обґрунтовує наукову доцільність розгляду текстів сучасних пісень відомих рок-гуртів у контексті лінгвосеміотичного аналізу, що уможливорює дослідження феномену «естрадна музика» як інтегрального тексту, сконструйованого із елементів трьох символічно-знакових систем – поетичної, музично-мелодійної й виконавчої. На прикладі аналізу досліджуваних музично-поетичних текстів доведена наявність виразної мовностильової тенденції до передавання авторських емоцій, почуттів і переживань за допомогою яскравих зорових і слухових образів, зокрема через широкую палітру кольоропозначень. Розгляд символічного навантаження кольоронайменувань як важливих елементів мовностилістичної організації музично-поетичних текстів дозволив авторові відстежити майстерність індивідуально-авторського стилю гуртів «Скрябін» і «Океан Ельзи», коли кожен рядок, кожна барва у піснях відгукується в душі яскравою емоцією. У висновках окреслено лексико-семантичні мікрополя значущих кольорів та з'ясовано специфіку їх реалізації в досліджуваних пісенних текстах.

Ключові слова: музично-поетична культура, кольороназви, колір, пісенний текст, популярна естрадна музика, український музичний гурт.

Постановка проблеми. Актуальність мовознавчих досліджень текстів популярних пісень, зокрема культових українських музичних гуртів («Океан Ельзи», «Скрябін», «Тартак», «Бумбокс», «BeZОбмежень», «The Hardkiss», «ТНМК», «KaZka») поза всяким сумнівом, оскільки ґрунтовний аналіз специфіки мовних засобів, стилістичних прийомів, інтонаційного оформлення, стилістики авторських новотворів та функцій художньо-образних засобів і наративів, а отже, і мовної особистості самого виконавця подає цілісне уявлення про самотність музично-поетичної поп-культури України кінця ХХ першої чверті ХХІ століття. Крім того, тексти пісень українських рок- і поп-виконавців є, певним чином, й унікальним явищем сучасної музичної культури України та поза її межами і не лише тому, що обіймають значну частину ефірного часу на радіо чи телебаченні, мають широкую глядацьку аудиторію на фестивалях, концертних майданчиках чи транслюються наживо через YouTube і TG – канали, скільки тому, що користуються надзвичайною популярністю в широкого загалу слухачів і глядачів, стають справжніми хітами, на яких виростає не одне покоління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українська «музично-поетична куль-

тура», феномен «естрадна музика» становлять неабиякий інтерес для різних наукових напрямів – мистецтвознавство, культурологія, філософія, літературознавство, мовознавство – передовсім як явище масової культури і як феномен духовно-культурного життя спільноти (О. Берегова, А. Власова, О. Іванов, І. Лященко, О. Сапожник, Т. Сідлецька, В. Тормахова). Так, предметом літературознавчого аналізу тих чи тих пісенних текстів постають проблеми їхньої генези й еволюції, загальної залученості до літературознавчої або пісенної традиції, питання про їх місце, функції і роль у літературному процесі, характер взаємодії з іншими жанрами (О. Бодяньський, О. Дей, М. Максимович, М. Метлинський, І. Статко). У мистецтвознавчих студіях увага зосереджена переважно на двох аспектах: музикознавчому й виконавчому. Дійсно, виконання пісні є доволі цікавим художньо-мистецьким явищем, що межує з ораторською майстерністю, художнім читанням і поетичним театром, частіше «театром одного актора», бо, як слушно зазначає О. Патракеєва, «пісня – це синтез музичного і вербального текстів <...> сучасний пісенний текст як сукупність вербальних і музикальних знаків, маючи лінгвістичну, культурну, психічну наповненість, є части-

ною такої об'єктивної реальності, яка не може бути пізнаною й описаною з позицій вузької дисциплінарного підходу» [25, с. 1]. Ключову роль відіграє соціально-культурний контекст, вплив філософських, світоглядних позицій автора на структурно-семантичну і комунікативну організацію його пісенних текстів. З суто лінгвістичних поглядів головну увагу традиційно приділено мовностилістичним особливостям поетичних текстів пісень (К. Білик і Н. Громова, О. Клещова, М. Федуняк, С. Шевальє, Ю. Яручик), однак з потужним розвитком такого напрямку, як лінгвосоціотика, популярну пісню дедалі частіше потлумачено як інтегральний текст, сконструйований із елементів трьох символічно-знакових систем – поетичної, музично-мелодійної й виконавчої. Саме поетичний і виконавчий аспекти, на нашу думку, є вкрай важливими, адже мова йде про мовну особистість автора-виконавця, виявлену через вербальні і невербальні коди, з яких панівним виступає міміко-інтонаційний і синестетичний.

З давніх-давен мистецтво прагнуло впливати на людські почуття через яскраві звукові і візуальні образи, колір, слова, музику і пісню, відтак музично-поетична культура, як і будь-який вид мистецтва, неодмінно ґрунтується на тих культурних кодах, які, власне, концентрують смислове навантаження текстів пісень, передбачаючи активну співтворчість виконавця зі слухачами, які повинні «декодувати» закладені в текстах символи, знаки й архетипи Колір, на думку Л. Супрун, є «однією з прикметних ознак художньої творчості митців слова, тому в кожного з них є особиста кольорова шкала, а також улюблений колір, який домінує у творчості» [4, с. 65]. Символіка кольоративів в аспекті лінгвокультурологічних досліджень представлена в наукових працях М. Гей, О. Дзівак, Т. Семашко, М. Філон та ін.

Постановка завдання. Дослідити семантику і символічне навантаження кольоропозначень як елементів мовностилістичної організації музично-поетичних текстів (на прикладі гуртів «Скрябін» і «Океан Ельзи»). Акустичний аналіз аудіофайлів джерельної бази дослідження (формат – MP 3) було здійснено за допомогою програми Adobe Audition 1.5.

Виклад основного матеріалу. У поетичних текстах досліджуваних пісень окреслилася виразна мовностильова тенденція до передавання авторських емоцій, почуттів і переживань за допомогою яскравих зорових і слухових образів, зокрема через широкую палітру кольоропозначень. Гурт

«Скрябін» не дарма вважають нео-романтичними виконавцями, піонерами української електронної музики (ще починаючи з 1989 року), який протягом усього творчого шляху не лишався осторонь актуальних, частіше соціально-політичних, проблем України (напр., «Руїна», «Сам собі країна»). Значна кількість пісень авторства Кузьми Скрябіна присвячена темі людської гідності, співпереживання, чесності, адже сам фронтмен гурту був непересічною особистістю, надзвичайно чутливою і щирою, вважав, що головне в житті залишатися людиною, попри вік, популярність, фінансовий чи соціальний статус. Зокрема в рядках пісні «Добряк»: *«Ти у цьому світі – випадковий чувак / Ти втікай, добряк, заховайся, добряк / Заржавили людям не допоможеш ніяк / Зрозумій, добряк: Пізно, вже – ніяк!»* автор-виконавець використовує дієприкметник *«заржавілий»*, що на разі асоціюється з жовтим кольором і виступає символом недовіри й гріховності, оскільки йдеться про людей, які духовно «заржавіли». І далі по тексту: *«Хтось біла клавіша / А хтось – фальшива брудна чорна нота / І хтось придумав ще до нас – / Шо білих клавіш трохи більше / А чорні вище них стоять – їх зачепити пальцем легше!»* фіксуємо протиставлення «чорного» і «білого», передаване власне назвами ахроматичних кольорів через опозицію прикметників *«білий»* і *«чорний»*. Завдяки їх вдалому поєднанню визначаємо ключову ідею всієї пісні: добра, тобто білого кольору, завжди більше, але зло, тобто чорний колір, завжди поряд – треба бути обачнішим, шукати баланс у своїй душі, аби не схибити: *«Фарбуєш на чорно і біло свої слова / Ніколи нічого не маєш – / То твоє життя»*. Загалом у пісенній творчості гурту «Скрябін» неодноразово використане контрастне зіставлення «чорне-біле», на яке припадає головне емоційне навантаження, будується авторська стилістика відображення темної і світлої сторони буття.

Проблему занедбаності рідної країни, що поет Андрій Кузьма надзвичайно гостро відчував, передано через сіру, сумну палітру кольорів: *«Злі сірі очі, іржаві кораблі / Ми так хотіли, щоб був колись тут рай / Але зрозуміли шо нас просто... кинули»*, де мова йде про небажання можновладців щось робити, щось змінювати на краще, про «сіру одноманітну буденність». Описова конструкція з кольоропозначенням *«іржавий»* так само стосується семантики жовтого кольору і значно підсилює ідею «застою» в розвитку України. Семантика сірого кольору в пісенній творчості гурту позначена підкресленою негативно

емоційною конотацією, як, скажімо, сірий колір сну, що примарився авторові: *«Знову гіркий і сірий бачив я сон: / Листя кудись летіло / В дивний полон / Поїзд тяжкий і темний / Став, як стіна, – сірий сон»*, в якому через стилістичний прийом повтору передається його сумний, похмурий настрій. Або розглянемо інший приклад: *«А зліва мій сусід вже посивів / То небо тисне так, що ніби вже не може / І ліс наш почорнів – то він горів»*, в якому поєднання «чорний» і «сірий» передає смуток, переживання й острахи автора за своїх співвітчизників. У відомих рядках *«Чорна сажка не дістане до дна / – Собі там живу я»* – так само метафорично обіграний прикметник «чорний», уособлює гнилість і ницість людської душі. Не менш типовими для поетичного мовлення «Скрябіна» є приклади, коли самі кольоративи або синтаксичні конструкції з ними не наявні в тексті пісні, а на них опосередковано вказують іменники, стійко асоційовані з тим чи тим кольором, як у випадку зі словами «джинси» й «кленове листя»: *«На твоїх джинсах – американський прапор / На твоїй майці – канадське кленове листя / У твоїх очах видно лише одне питання: / Хто мені скаже, чому я тут народився?»*, де порушені складні морально-етичні проблеми української молоді. Натомість на позначення семантики блакитного кольору Андрій Кузьменко часто використовує популярну порівняльну конструкцію *«очі кольору неба»*, яка, на нашу думку, виступає авторським символом свободи, спокою, яких так не вистачало Кузьмі в рідній йому Україні.

Водночас знайшлося місце у творчості цього гурту і запальним пісням про вечірки, веселі розваги та «золоту молодь», про кохання, яке часом застає ліричного героя навіть у вагоні потягу. Так, у піснях «Хлопці-олігархи», «Вдома один», «Червоні колготки», «Кольорова», «Говорили і курили» широко представлена палітра червоного та чорного кольорів: *«Куплю чорний лексус, новий в целофані», «Ти приходиш в дискотеку – Чорний манікюр»*. Виходячи зі змісту цих пісень, маємо підстави для висновків про те, що чорний колір зовсім неочікувано – колір багатства, гламуру, епатажної молодості, часу, коли молода людина перебуває в процесі пошуку себе, як особистості. Тоді як червоний колір автор-виконавець традиційно асоціює або з коханням: *«Я люблю свою бейбе / її червоні колготки / Я люблю свою бейбе / її помаду солодку»*, яке є свідченням палкої вдачі закоханого, або із символікою урочистості, піднесеності: *«Якщо навколо тебе колір «червоний» / Значить всьо нормально – ти живий і здоровий»*.

Так само в багатьох поетичних текстах фіксуємо неабиякий значеннєвий діапазон зеленого кольору, який в авторському тлумаченні передовсім уособлює багатство, заможність, шалені статки: *«Якщо навколо більше колір зелений / – Значить гроші просто в руки тобі падають з неба...»*. Але згодом, в дещо пізніших пісенних текстах, як наприклад «То моє море», поет іронічно засуджує багатіїв і, на нашу думку, ототожнює «зелених людей» із тиском на них влади грошей: *«Зелені люди ходять самі на себе злі / Зелені торби носять, а вони ж такі тяжкі»*. Хоча в одній із пісень з альбому «Танго» натрапляємо на словосполучення «жовта преса», що має дещо схожу інтерпретацію, адже так само посилює додаткове негативне навантаження на прикметник «жовтий». Помітними є випадки, коли жовтий колір, як у піснях з альбому «Гламур», часто вжито поряд зі словом «маршрутка», що може символізувати сигнал попередження, застороги.

Непересічним явищем музично-поетичної культури України є пісенна творчість групи «Океан Ельзи», популярність якої стійко тримається вже понад три десятиліття. Характеризуючи місце групи «Океан Ельзи» в естрадно-пісенному мистецтві України, авторка однієї з інтернет-публікацій слушно зазначає: «Океан Ельзи» – найбільш відома і титулована українська рок-група, визнана шанувальниками і критиками як найкраща рок- і live-група СНД. «Океан Ельзи» – це яскрава експресія, глибокий текст, оригінальний стиль, концертний драйв і вражаюча енергетика» [2]. Власне, в самій назві гурту втілене уявлення про музику, яка, з одного боку, тотожна океанові з його величчю, безмежжям, поєднанням раціонального та ірраціонального, а з іншого, пов'язана з рідкісним жіночим ім'ям Ельза як символом чистоти музики в її етичному й естетичному призначенні. Отож, символічне порівняння океану зі свободою, широчинню простору дає підстави для ототожнення його саме з блакитним кольором (в піснях чи не найбільшу кількість разів вжиті символи води і неба), а оригінальне ім'я Ельза, як символ ідеалу, всього прекрасного на землі, чистоти в музиці – із семантикою білого кольору. Розглянемо більш докладно на прикладах текстів пісень функційне навантаження найбільш поширених кольороназв.

Аналіз текстового матеріалу засвідчує широку гамму кольорів – білий, голубий, синій, чорний, жовтий, рожевий, червоний, пастельний та похідні від них. Так, «білий» неодноразово зустрічаємо в піснях різної тематики. Скажімо, в пісні «Гадж-

Махал» ліричний герой мріє поїхати в Індію, щоб на власні очі побачити Тадж-Махал: *«Білий камінь і метл, О'є Тадж-Махал»* – і в такому контексті білий ужито як синонім до «священний». Згадаймо й авторський переспів на власну, оригінальну манеру відомої української народної пісні «Ой, чий то кінь стоїть», де в тексті згадуються два кольори: *«Що сива гривонька, як біле личенько»*. У загальноприйнятному тлумаченні семантики білого кольору вбачаємо протидію двох значень цього кольору: «сивий» так само корелює з кольором «білий», адже у випадку *«сива гривонька»* актуалізується колір старості, а *«біле личенько»* уособлює чистоту, світло, незайманість душі і тіла. Надалі в одній із пісень натрапляємо на такі рядки: *«Уся була в білому, А небо її не побачило»*, в яких, на нашу думку, білий колір виступає уособленням чогось не забрудненого, чистішого, ніж цей недосконалий світ довкола, того, що не кожен здатен осягнути і відчутти серцем. Навіть загострені любовні переживання ліричний герой так само передає через складну метафору із використанням семантики білого кольору: *«Я вважав би, що ти білий день без дощу, але сльози на твоєму обличчі»*, адже свою колишню дівчину він ототожнює з білим днем, тобто з чистотою, світлом, відзначає щирість душі своєї екс-коханой, яку він уже більше не любить, а тому не хоче зраджувати і просить відпустити. У рядках з відомої пісні «Пори року»: *«І най стане білою зима, а осінь-золотою»* ліричний герой, прагнучи передати свій біль і переживання за те, що відбувається в його країні, мріє про те, аби все стало на свої місця. Тому зиму автор традиційно ототожнює з білим кольором – сніг, мороз, тоді як за допомогою відносного прикметника «золотий» намагається візуалізувати жовтий колір, що зазвичай символізує опале листя, осінні настрої і т. под.

Неодноразово в музично-поетичній творчості гурту «Океан Ельзи» фіксуємо використання жовтого кольору з його розгалуженим семантичним полем: це і дієприкметник «позолочений», й іменники «золото», «зорі», «сонце», «вогонь». Скажімо, в рядках: *«Сьогодні ти як сонце», «І най погаснуть ясні зорі», «Таке розпатлане маленьке сонце...»* – семантичне поле жовтого кольору передовсім пов'язане з теплом, життєдайною енергією небесного світила, адже без його тепла та світла було б важко вижити на землі. Досліджуючи текстові фрагменти студійних альбомів гурту, ми підраховали, що саме образи «сонця», а також його антиподу

«дощу» є доволі поширеними у складі тих чи тих художніх порівнянь, індивідуальних метафор чи влучних авторських епітетів (зафіксовано близько 45 випадків). Водночас на протигагу таким позитивним характеристикам жовтого кольору в інших контекстах ним марковано людей, які прагнуть лише збагачення, у яких духовне начало фактично відсутнє, бо ними керують гроші і влада: *«Позолочене серце ночами не болить»*.

Так, у пісні «Караван», де іменниковій кольороназві «золото» приділено центральну увагу: *«Караван! Я віддам тобі моє золото, бо воно обман / Моє золото у мішках... Та життя моє – у твоїх руках... / Тільки золото у мішках, але правда вже у моїх думках...»* автор засуджує жагу інших збагатитися попри все, акцентує на тому, що це все міражі, бо істина й людське щастя не в грошах чи статках, які зроблять людину абсолютно щасливою. Натомість у пісні «Вулиця» ліричний герой, розмірковуючи про свободу слова, думки, вибору, яких, по суті, не має, звертає увагу на те, що все давно вирішується без нас й за допомогою словосполучення «жовта ріка» увиразнює конфлікт між світлою і темною сторонами буття, вважаючи, що навіть вільна річка стала жовтою, потрапивши в пастку, з якої уже важко вибратись. Окрім того, в тексті пісні відстежуємо й улюблений автором блакитний колір, який символізує зважену емоційність, спокій, меланхолію. Таке контрастне комбінування жовтого, як символу мінливості і внутрішньої свободи, з блакитним кольором надає поетичному тексту відчутних негативних конотацій, що пов'язані з неминучою розлукою, зрадами, смутком і розпачем від власного боягузтва: *«Вулиця зачала нас / В домі голубих ночей / Димом над водою / Жовтою рікою, хей! / В домі голубих ночей / Вулиця любила нас / Поки ви хотіли / Поки ви ліпили без нас...»*.

Якщо говорити про психологічне навантаження, пов'язане із чорним кольором або його відповідниками, то йому так само здебільшого надається негативне значення, як наприклад, у пісні «Ти забула давно» з альбому «Там, де нас нема». Тут автор звертається до образу «темної, пустої кімнати», що символізує ностальгію, самотність ліричного героя, який залишився без коханой, тому відчуває повне душевне спустошення: *«А ти стоїш одна, ти ідеш одна / Ти сьогодні не та, ти зовсім не та / Кімната темна й пуста / Моя кімната та, яку любила ти / В якій чекала ти, в якій хотіла ти / Залишалася зі мною»*.

Саме кохання – лірична тема, якій у поетичній творчості Славка Вакарчука приділено уваги значно більше, ніж громадянській чи морально-етичній позиції музиканта. У пісні «Годі вже» згубний вплив невзаємного кохання схарактеризовано місткою фразою «*На коханні чорніють хрести*», оскільки нерозділене, нещасливе кохання для ліричного героя порівнюється зі смертю: «*А най лиш небо хмари вкриють / І най погаснуть ясні зорі / То в раз і води почорніють / В глибокім безконечнім морі*». Як бачимо, ліричний герой боїться втратити кохання, порівнюючи його з небом, бо, якщо його кохання буде невзаємним, тоді і сенс життя буде втрачений. Цю душевну тривогу автор посилює, використовуючи прийом гіперболи «*води почорніють*», підкреслюючи таким чином особисту значущість для нього цього почуття. Як наприклад, у фрагменті: «*Обезкрилена птаха ніколи не втече / Заболочена стежка нікуди не біжить*» ужитий дієприкметник «заболочена» належить до семантичного поля кольору «чорний», який у цьому випадку вказує на неможливість рухатися далі без активної попередньої дії. Утім, порівнюючи тексти гурту «Океан Ельзи» і гурту «Скрябін», можемо дійти висновків, що чорний колір у поетичній творчості обох гуртів часом має відмінне психологічне й функційне навантаження.

Що ж стосується семантики червоного кольору, то слід зауважити, що оскільки власне кольороназви не поширені в текстах аналізованих пісень, то її вдається встановити завдяки тим периферійним зонам, які на цю барву вказують. До таких віднесемо зокрема іменники «вогонь», «кров», «вино», які доволі часто зустрічаємо для передавання концентрованих значень ядра семантики червоного кольору. Так, надзвичайно поширеним уособленням червоного виступає лексема «кров», яку автори використовують у піснях про війну: «*Там було там, де ходила війна / Долі віками ламала вона / Кров'ю людей омивала поля / Тайну залишила моя Земля*». У цьому контексті «кров» = «червоний», символізуючи втрати, розпач, братовбивство, вказує на негативне ставлення до війни, а відтак і на зажування ліричного героя від того, що відбувається на його рідній землі. За нашими спостереженнями, більше десяти разів у головних піснях зі студійних альбомів гурту «Океан Ельзи» наявне апелювання до лексеми «вогонь», яка в усіх контекстних значеннях або символізує небезпеку, як наприклад: «*Загасити я вогнище хочу / Бачиш попіл за вітром летить*», або відвагу, сміливість, пристрасть почуттів: «*Ти навіть не боялася вогню*».

Синій і блакитний кольори в пісенній творчості гурту «Океан Ельзи» здебільшого символізують свободу, відкритий простір, незалежність: «*Сине небо за вікном / І пара крил / Вільних крил!*», але дещо по-інакшому інтерпретуємо семантику синього кольору в ліричній пісні «Коли навколо ні душі», пор.: «*Не забере мене від тебе / Ані їх колючий дрім / Ні сине небо / Ані чужий терновий цвіт*», де змальовується кохання, що є вищим за сине небо, сильнішим, ніж Усесвіт. Тема кохання, передавана тут як почуття, що сильніші за все на світі, як непоборна сила і жага до життя: «*Те джерело кришталевим б'є / В синіх горах дивне місце є / Там юний вітер юність віродив / Коли гойдаються свої*» розкривається через опис усамітнення ліричного героя в синіх горах, які в такому випадку символізують його душевний спокій, рівновагу або ж гармонію із самим собою.

Функційне навантаження семантики зеленого кольору зазвичай припадає на увиразнення якогось явища як унікального, містичного, як, наприклад, у випадку відображення магічної безодні очей, у яких тоне від шаленого кохання ліричний герой: «*Твої зелені очі / Так дивляться на мене / Так дивляться на мене / Що цілий світ / Навколо ніжно зеленій*». Але з іншого боку, зелений може слугувати уособленням спокою, беземоційності часом навіть й холодного розрахунку. Ліричну пісню «Леді» Вакарчук присвячує жінці, якій розповідає про свої почуття, від яких йому навіть перехоплює дихання, натомість вона лишається збайдужілою: «*Ваші жести були так подібні на «Процай» / Далі Ви замовили собі зелений чай*». А в популярній пісні «Така, як ти», що була створена нашвидкуруч за столиком одного з кафе, в якому часто бував Святослав Вакарчук, натрапляємо на такий варіант кольороназви: «*А, як болить зимовий спокій нашого вікна / Ніжно – постельний, як і твій улюблений Моне*». Саме «ніжно-постельний» – складна кольороназва, яка, на нашу думку, акумулює відчуття спокою, душевного тепла, уособлюючи гармонію в душах ліричного героя і його коханої, дає нам зрозуміти наскільки глибокими і тривалими були їхні стосунки. Автор-виконавець ніби узагальнює цим кольором усі відтінки бежевої палітри, що певним чином наділена медитаційними властивостями.

Загалом відзначимо, що переважна більшість ліричних пісень створена фронтменом гурту «Океан Ельзи» Святославом Вакарчуком, який завдяки певній колірній тональності розкриває

тему кохання, в якому зазвичай дівчина відіграє роль лідера, а сам він нібито пасивний герой, який просто слідує за своїми душевними пориваннями. До того ж, як зізнається сам автор, він не пише гострих текстів соціальної тематики і тим більше на замовлення, хоча, скажімо, в піснях «Майже весна», «Стіна», «Незалежність», «Без бою», «Веселі, брате, часи настали», «Стріляй», «Вставай» відчуваємо цей підтекст, створюваний зокрема за допомогою тих чи тих кольоропозначень. Вочевидь, смислова межа, що відділяє патріотичну тематику від ліричної, є ледь відчутною і доволі розмитою. На разі тема війни, соціальних і політичних катаклізмів українського суспільства, патріотизму сьогодні знаходить свого багатомільйонного слухача й привертає увагу не лише молодіжної, а й більш дорослої армії шанувальників далеко за межами України. Вражаюча атмосфера пісенних текстів занурює нас в уявний світ переживань ліричного героя, а неймовірна музична енергетика на «живих» концертах провокує вибух шалених емоцій і почуттів у публіки, дарує справжню естетичну насолоду, сприяє легкості відтворення мелодії і цитуванню улюблених рядків. Імовірно, саме тому Славко Вакарчук давно перетворився на справжнього музичного кумира, а гурт «Океан Ельзи» понад два десятки років лишається корифеєм у виробленні нових стандартів сучасної української музично-поетичної культури України.

Висновки і пропозиції. Сучасна українська естрадна музика від моменту свого становлення на теренах незалежної України зазнала колосальних перетворень, оскільки традиції, що були загальноприйнятими ще якихось п'ять або десять років тому, почали відходити в минуле або ж продовжили своє існування, трансформуючись зовсім в інакший формат чи манеру виконання. З одного боку, естетика постмодерну, масової культури міцно вкорінилися в музично-поетичну творчість популярних українських гуртів і сольних виконавців, які всіляко прагнуть позбутися одноманітності, зарядити фанатів на своїх концертах непідробним драйвом, вибуховими емоціями, намагаючись задля цього експериментувати не лише з музичними жанрами, а й з пісенними текстами. А з іншого, з плином часу та появою нових тенденцій у сучасному музичному мистецтві автори пісень, виконавці починають виходити за межі звичайного текстотворення і щоби більш оригінально передати свої думки, емоції вдаються до найрізноманітніших прийомів. Одними з таких є: а) відродження і трансформація раніше відомих

на весь світ хітів, які в новому аранжуванні отримують нове звучання і довгий час «живуть» на вустах; б) використання символіки кольору як одного з потужних візуальних образів пісенної художньої творчості задля витворення оригінального індивідуально-авторського стилю.

Сьогоднішня українська популярна пісня досягла такого рівня, що значним чином може керувати думками і настроями людей: кліпи улюблених гуртів «Скрябін» і «Океан Ельзи» досі набирають мільйони переглядів, дедалі частіше цитати з відомих шлягерів можна побачити під світлинами користувачів соціальних мереж. Такий успіх і високий рейтинг популярності в шоу-бізнесі, на нашу думку, пояснюється не лише унікальною авторською манерою виконання, яка відрізняє одних виконавців від інших, а й тим, що кожен рядок, кожна барва в цих піснях відгукується в душі яскравою емоцією, вражає майстерністю авторської мовностилістичної організації тексту. Зокрема у їхньому пісенному доробку виявлено лексико-семантичні поля кольоропозначень, як-от: а) лексико-семантичне поле червоного кольору, яке складається з ядра поля – прикметника «червоний», периферійної зони – кольороназва «*червоно-чорний*» і дифузної зони: *вогнище, вогонь, вогняний, вино, кров, яскраво-гарячий, томати, серце-вогонь*; б) лексико-семантичне поле жовтого кольору складається з ядра поля – прикметника «жовтий», периферійної зони, переданої словосполученнями «*шампанські очі*», «*сухе листя*» і дифузної, що охоплює приклади: *заржавілий, іржавий, золото, позолочений, мідний, маршрутка, сонце, мед, зорі*; в) лексико-семантичне поле чорного кольору складають ядро – прикметник «чорний» з ядерною зоною кольороназв *почорніти, чорніють* і периферійна *червоно-чорний* та дифузної зони – *темний, сажка, тінь, бруд, заболочений*; г) лексико-семантичне поле білого кольору складається з ядра – прикметника «білий» з відсутніми від нього похідними та дифузної зони: *сивий, зима, сніг, кришталевий, ангелята, сніжки*; д) лексико-семантичне поле синього кольору складається з ядра поля – прикметника «синій», ядерної зони кольороназв: *блакить, синь* та дифузної: *океан, очі-озера, колір неба, терновий цвіт*; е) лексико-семантичне поле сірого кольору складається з ядра – прикметника «сірий» з відсутніми від нього похідними й дифузної зони: *дим, попіл, мряка*; є) лексико-семантичне поле зеленої барви так само презентоване лише ядерною зоною з прикметником «зелений» і дифузною зоною: *чай, очі, ялинка, долар*. Уважаємо, що

лінгвосоціотичний аналіз феномену «музично-лярної пісні як інтегрального тексту є надалі пер- поетична культура» в контексті тлумачення попу- спективним напрямом досліджень.

Список літератури:

1. Коваль Т.С. Художньо-образна функція кольористики: вебсайт. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/nr/pdf3/25.pdf> (дата звернення: 10.11.2022)
2. Океан Ельзи: вебсайт. URL: <http://www.pisni.org.ua/persons/71/html> (дата звернення: 29.10.2022)
3. Патракеєва Е. Б. Авторская песня как песенный текст, ее особенности и классификация. *Концерт*. 2014. Спецвыпуск № 13: вебсайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtorskaya-pesnya-kak-pesennyu-tekst-ee-osobennosti-i-klassifikatsiya/viewer> (дата звернення: 10.11.2022)
4. Супрун Л. О. Семантика і прагматика назв кольорів в українському романному тексті середини – другої половини ХХ ст.: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2009. 235 с.

Horina Zh. D. COLORS OF THE MUSICAL & POETIC CULTURE OF THE GROUPS “SCRYABIN” & “OCEAN OF ELZA»

The scientific paper deals with the analysis of semantics, stylistic and symbolic load and functioning of the coloratives in the musical & poetic creativity of the Ukrainian popular bands “Scryabin” & “Ocean of Elza”. The author substantiates the scientific value of considering the texts of a modern songs of the famous rock bands in the context of linguo-semiotic analysis that enables the study of phenomenon “pop music” as an integral text constructed from the elements of three symbolic-sign systems: poetic, musical-melodic & the own performing. On the example of analysis musical&poetic texts the presence of expressive stylistic tendency to convey the author’s emotions, feelings & experiences by the mean of brigh visual and audio images through the wide scale of coloratives is proven. On the basis of analysis the symbolic meaning of each certain color as an important element of linguo-stylistic organisation of the musical&poetic texts the author was able to explore the mastery of individual style of the bands “Scryabin” & “Ocean of Elza”, because of every line, every color of their songs resonates in our soul with an incredible and bright emotion. The conclusions outline the lexical-semantic microfields of the main colors which let us clear up the specific of the author’s idiostyle and to explane the such popularity of a modern Ukrainian songs as well.

Key words: *musical&poetic culture, the coloratives, color, songs text, Ukrainian popular music bands, pop & rock music*

Кульбабська О. В.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ОРНІТОЛОГІЧНІ СЛОВА-СИМВОЛИ В ПОЕТИЧНОМУ ПРОСТОРИ НІНИ ЦАРУК

У статті доведено, що орнітологічні назви-символи є важливими мовно-виражальними засобами, що доповнюють мовну картину світу українців, характеризуються глибокою змістовою наповненістю, мають давнє походження й оновлене контекстуальне витлумачення. Для аналізу загальнонаціональних та індивідуально-авторських функційних виявів українських образів-символів виокремлено найголовніші символи-орнітоніми в мовотворчості чернівецької поетеси й науковиці Ніни Царук (Гуйванюк). Зокрема досліджено мотивацію творення символічного значення та семантики символу в ідіостилі письменниці. На матеріалі єдиної прижиттєвої збірки поезій Ніни Царук «Душі моєї білий птах», що вийшла друком у чернівецькому видавництві «Букрек» 2012 року, встановлено, що орнітологічні назви-символи є засобом передавання думок про дійсність і розкриття внутрішнього світу ліричної героїні. З одного боку, наскрізний символічний образ птаха є засобом естетизації віршових текстів, а з іншого, цей образ-символ спричинює в читачів низку асоціацій абстрактно-узагальнювального плану, втягує в орбіту своєї сполучуваності безпосередньо пов'язані з ним і більш віддалені синтаксично слова. Зроблено висновок: аналіз особливостей функціонування словесних образів-символів на матеріалі творчості Ніни Царук дає змогу глибше збагнути специфічні питомі риси української символіки, узагальнити індивідуально-авторські особливості символічного використання. У перспективі цікаво буде встановити кореляцію між теоретичними напрацюваннями проф. Ніни Гуйванюк у галузі поетики, експресивного синтаксису, лінгвістики тексту й оприявленням її лінгвістичного світогляду в художньому дискурсі як поетеси Ніни Царук.

Ключові слова: міфологія, поетичний текст, символ, назва-орнітонім, естетичне значення, загальнонаціональна специфіка, індивідуально-авторські особливості, засоби вираження, функція.

Постановка проблеми. Лінгвопоетика бере свій початок із Стародавньої Греції, утім, і нині з'являються все нові й нові наукові розвідки про засоби і форми творення художнього тексту, про ефект уведення до його структури репрезентативних складників для реалізації комунікативних стратегій і тактик письменника. У сучасних лінгвопоетичних студіях констатуємо розпрацювання нових підходів і методик у витлумаченні навіть відомих дефініцій з опертям на такі споріднені з поетикою наукові галузі, як лінгвокультурологія, етнологія, прагматика, когнітологія, фольклористика. Українські мовознавці акцентують увагу на необхідності «визначення художнього стилю епохи» загалом і «мовно-естетичних знадібок окремих майстрів слова» зокрема [5, с. 5]. У цьому аспекті значущості набуває проблема дослідження Я-поета як носія архетипного й індивідуального мовомислення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Від античності й до наших днів у центрі наукових зацікавлень вітчизняних лінгвістів пере-

бувають традиційні й індивідуально-авторські символи національної культури, що відіграють важливу роль у свідомості й життєдіяльності людини (І. Голубовська, С. Єрмоленко, В. Жайворонок, В. Кононенко, В. Куйбіда, Л. Мацько, Н. Сологуб та ін.).

З-поміж символічних номінацій із різними конотаціями вирізняються слова на означення представників орнітоморфного світу. Уперше ґрунтовний опис цієї групи символів (від грец. *Symballo* – «збіг, поєднання, злиття, поєднання і єдність двох першопочатків»), що функціують у народній творчості (*голуб, зозуля, ластівка, соловей, сокіл, орел, ворон, крук, галка, пава, чайка, кулик, лебідь, гуска, качка, півень, сова, пугач*), оприлюднив Микола Костомаров у праці «Слов'янська міфологія». Видатний український історик, етнограф, письменник, етнопсихолог обґрунтував необхідність у процесі встановлення особливостей орнітологічних назв-символів брати до уваги три чинники: 1) фізичні якості птаха із застосуванням до схожих рис народного характеру; 2) птахові-

шування як один із міфологічних догматів слов'ян; 3) міфологічні перекази про птахів [8, с. 74].

У символізованих студіях ХХ – на початку ХХІ століття посилену увагу привернуто до орнітосимволів у фраземіці (Т. Гапонова, О. Куцик, І. Намакштанська, Д. Ужченко, В. Ужченко та ін.), фольклорі (М. Бігусяк, З. Василько, Л. Дідківська, Л. Дяченко, Ф. Колесса, А. Мойсієнко, Г. Таранюк, С. Шуляк та ін.), художньому тексті (Я. Гарасим, Л. Голомб, І. Горбатенко, Ю. Дмитренко, В. Кравченко, О. Рудь, Л. Ставицька та ін.), у фокусі лінгвістичного аналізу тексту (М. Крупа) й лінгвокраїнознавства (Д. Добрусинець), що, безперечно, актуалізує значущість окресленої проблематики.

Досліджуючи систему мовно-естетичних знаків культури (термін С. Єрмоленко), мовознавці обґрунтовують необхідність установалення потенціалу мовного символу як складника цієї системи з огляду на взаємодію загальнонаціонального, регіонального й індивідуально-авторського. Наприклад, орнітологічні назви-символи у творах письменників Буковини кінця ХІХ – початку ХХ ст. (І. Бажанського, Г. Воробкевича, С. Воробкевича, Т. Галіпа, З. Канюка, О. Поповича, Ю. Федьковича, С. Яричевського) проаналізувала Марина Івасюта [4]. Заслужують поцінування, як на нас, висновкові твердження зазначеної вище символізованої студії: «Традиційні українські слова-символи у досліджуваних творах кінця ХІХ – початку ХХ ст. функціонують здебільшого у значеннях, зафіксованих лексикографічними працями, відображаючи в поданих контекстах загальноукраїнські тенденції до осмислення міфопоетичної та християнської картини світу, довкілля, людини, її місця у світі та втілення їх у слові» [Там само, с. 324]. У цьому аспекті цікаво з'ясувати взаємоперетини словесних символів у поезії майстрів слова, доля яких пов'язана з Буковиною, тільки вже в інших часових вимірах – середини ХХ – першої чверті ХХІ ст.

Постановка завдання. *Мета статті* – дослідити репертуар та особливості функціонування орнітологічних слів-символів у мовотворчості доктора філологічних наук, професора Чернівецького університету Ніни Василівни Гуйванюк (1949–2013), проаналізувати лексичні та граматичні засоби їх вираження в поетичних текстах на матеріалі її єдиної прижиттєвої збірки «Душі моєї білий птах» [14], що вийшла друком у чернівецькому видавництві «Букрек» 2012 року [авторка підписувала свої вірші дівочим прізвищем Ніна Царук. – О. К.]. Книга охоплює 6 циклів, об'єднаних тематично: «Витоки» (19 віршів),

«Заповіти» (2 вірші), «Перші почуття» (17 віршів), «Вічне» (13 віршів), «Миттєвості» (45 віршів) і «Присвяти» (4 вірші).

Виклад основного матеріалу. Метафорична назва збірки «Душі моєї білий птах» – своєрідний фундамент для всієї образно-символьної системи поезій Н. Царук. Художня номінація «просвічує крізь книгу, мов водяний знак, – народжується разом із книгою; автор настільки звикає до неї за роки, поки росте стосик сторінок із текстом, що назва стає єдиним цілим зі світом твору» [15].

Назва збірки вирізняється своєю концептуальністю, архетипністю, екзистенційністю, оскільки смисл концепту *душа*, поєднуючись в етнопросторі зі словом предметної семантики – *птах*, утворює внутрішній образно-метафоричний смисл усіх поезій як макротексту. Цю гіпотезу доводять і словникові статті в енциклопедії Валерія Войтовича «Українська міфологія». Пор. [виокремлення в цитатах наші. – О. К.]:

1. ДУША – «внутрішня сутність людини, яка входить у неї від народження, а по смерті відділяється від тіла і живе окремим життям. /.../ Народ уявляв душу як хмаринку, дихання, дим, вітерець, *пташку*» [1, с. 169].

2. ПТАХИ – «особливо любили предки перелітних птахів, які прилітають із вирію-раю: вони були провісниками весни, приплоду, врожаю, добра, здоров'я і щастя. Бог-Творець вселив у таких птахів душі дідів-прадідів та надприродні сили. Тому вони прихильні до людей і завжди приносили їм радість буття. Птахів поділяли на чистих (святих, добрих) і нечистих (диявольських, злих). /.../ Крім того, птахи у народних уявленнях є *образами душ*. Так, на Поліссі [а Ніна Царук родом із села Волиці на Хмельниччині. – О. К.] душа – *біла*, блискуча *пташка*» [Там само, с. 400].

Отже, концепт ДУША – один із ключових в українській культурі, що оприявнює складну логіко-емоційну сутність, яка оригінально поєднує в собі сакральну та несакральну частини [11, с. 469]. До того ж аналіз емпіричного матеріалу довів актуальність думки Віталія Кононенка, що через уведення мовних символів у художні тексти «розкриваються синергетичні потенції не лише смислу окремого концепту, а й ознак супровідних понять, можливості їх взаємного нашарування, асоціативно-оцінних сходжень і розходжень» [6, с. 21].

До ширших узагальнень вдаються О. Рудь та І. Горбатенко: «Птахи здавна асоціювалися з людською душею, духом; птахи – це крилаті душі, усе духовне» [10, с. 145].

У заспівному однойменному вірші Ніна Царук веде ліричну розмову зі своєю Душею-птахом, розмірковуючи над вічними істинами: що є добро і зло? щирість і нищість? пам'ять і забуття? Наприклад: *Душі моєї білий птах... / Мій поранковий друже милий... / Чом огортає серце страх, / Що враз тобі забракне сили? / Ти любиш небо і пісні, / Душі моєї птахо біла, Чому ж пісні твої сумні? / Чи у польоті в'януть крила? / Душі моєї білий птах, / Моїх чуттів і дум стороже... / Нехай не втомить висота, / Бо низько ти літать не зможеш...* (с. 10).

Імплицитний контрастний локус «висота ↔ приземленість» уявлено в іншому вірші «Горизонталь і Вертикаль – Людино», в основі якого антитетичні відношення, пор.: *Горизонталь – твого життя ріка. / І плін її швидкий – не схаменешся... / Душа ж людська – то завжди вертикаль, / То шлях у вічне й тихе піднебесся. / Горизонталь – це проза днів важка. / В буденності буває празник рідко. / Поезія – то завжди вертикаль / у небо, де душа літа лебідкою* (с. 16). Отож узагальнений образ птаха як символу польоту, натхнення, Божого вияву в ситуації своєрідної смислової рівнозначності понять, що їх зреалізовано в назві птаха (лебідка) і концепту (душа), набув конкретності, паралельно відкриваючи перспективу образного витлумачення смислу *Тексту як наративу* (поняття В. Кононенка).

Прикметно, що слово-символ *Лебідь* в українській народній традиції – носій ідеї жіночності, краси, кохання, а водночас – розлуки, смутку, сліз [7, с. 219]. Дихотомію КОХАННЯ – СМЕРТЬ зафіксовано в метафорі *лебедина пісня*, що в художньому дискурсі стає образом вищого гатунку – мовно-естетичним знаком культури, оскільки в багатьох народів лебідь є символом фізичної та духовної чистоти. «А тут найчастіше вирізьблюють ноти суму, можливої розлуки, адже образ Лебедя в нашій уяві – це символ чогось гарного, ніжного, вічного» [Там само, с. 219]. Наприклад: *Не тільки в казці помирає лебідь. / Не з криком навісним, а з любим співом. / Якщо пісні йому життям служили, / Якщо той спів сильнішим був від крику, / Якщо лякав він темну темноту, / Якщо пісні продовжують ще жити, – / То значить, це не казка вже, а дійсність. / І тільки в казку проситься одна, / Його прощальна пісня – Лебедина* (с. 62). Струнка періодична конструкція репрезентує як індивідуально-авторське мовомислення Ніни Царук, так і риси національного психотипу загалом, що його акумулює легенда про лебедів, які співають у парі лише один раз, а від

розлуки з коханим гинуть. Отож «легенда про *лебедину пісню* є особливо зворушливою, це – остання пісня лебедя перед його кончиною» [1, с. 408]. Зауважимо: як символ КОХАННЯ та ВІРНОСТІ поетеса сприймає також *Лелеку*, напр.: *Завше будь зі мною в парі, як лелека, / Як відлинеш у вирій, – не забудь мене* (с. 29).

Солідаризуємося зі спостереженням В. Кононенка, що «Виокремлення складників Тексту з позицій лінгвопоетики ґрунтується на принципах визначення зовнішньої, «видимої» комунікативно-когнітивної компоненти, яка реалізується у висловленнях, абзацах, періодах та інших фрагментах, які передають відносно завершену інформацію, і частині прихованій, імплицитній, глибинній, що її визначають як «вертикальний» контекст, підтекст, глибинна структура тощо» [5, с. 6]. У підтекстовому аспекті яскравий образ птаха потребує домислювання, співвіднесення не лише з тим, що повідомила авторка, а й із тим, що прагнула сказати, на що натякнула, із чим порівняла. У віршовому тексті віднаходимо дві кореляції: ПТАХ – ПІСНЯ (*Для мене музика – то птаства спів, / І вітру подих, шелест листя наче...* (с. 66)) і ПТАХ – МАТИ («з розкриленістю рук лебединих» (с. 20)), що для Ніни Царук мають особливий сенс: «Скільки себе пам'ятаю, мама завжди співала: і коли поралася по господарству, працювала на городі, грасувала чи полола грядки, садила чи викопувала картоплю. /.../ Найчастіше співала народних сумних пісень, передаючи в них і життя, і традиції роду й народу...» [2, с. 6]. Напевно, спогади дитинства, безмежна любов до неньки, спонукали студентку-п'ятикурсницю Ніну Гуйванюк до написання першої наукової роботи «Образне слово в українській народній пісні», яку зразково захистила в Чернівецькому університеті 1972 р. А вже пізніше, 2013 року, перемагаючи підступну хворобу, Ніна Василівна упорядкує до 85-річчя своєї дорогої матері Ольги Царук унікальну працю «З голосу мами: Фольклорний світ села Волиці», опублікувавши зошити-зшитки Ольги Юхимівни – з піснями, прислів'ями та приказками, спогадами, описом обрядів тощо, а водночас віддаючи данину шани й любові до своєї малої батьківщини – Хмельниччини, до столиці свого дитинства – рідного села Волиці.

В асоціативному просторі поетеси СІМ'Я – це «*гніздечко пташине*», що нагадує їй колиску (с. 106). Прикметно, що в з цього гніздечку, у *дружній пташиній сім'ї*, мужніють молоді сини, на яких авторка традиційно переносить образ *орла* (с. 108): цар птахів і володар небес, він, за

народними уявленнями, символізує чоловічу силу й козацьку вдачу та незламність, сміливість і суворість: *А син для неї [матері] все ж дитина, – / Хоч в праці виріс і змужнів / І вже свого навчає сина / Любити землю й спів птахів* (с. 108).

Щоправда, подеколи родинне гніздо порожнє, бо «*розкинула доля / Безтурботно птахів по дорогах своїх*» (с. 106), і лише «*Вітер з жалібним свистом / Те порожнє гніздечко гойдає пташине...*» (с. 106). Отож слово-символ «птах» у цьому контексті набуває семантичного прирощення, номінуючи ДІТЕЙ, напр.: *Мамо!.. / Це в руках твоїх, що хлібом пахнуть, / Пісня та зродилася, мов зерно. / Ми по світу розлетілися птахами, / Та в твоє чекання ми повернем...* (с. 19). Образне порівняння в орудному відмінку «*полетіти / розлетітися птахом*» ґрунтується на асоціаціях швидкості, стрімкості, легкості.

Можемо припустити, що в аналізованих віршових текстах символічні номінації з'явилися під впливом спогадів дитинства Ніни Царук: «Дід Юхим, мамин батько, дуже любив свою родину і завів був такий порядок: кожної неділі за обідом збирати всіх дітей, зятів, невісток та онуків. /.../ Бабуся Христя накривала шикарний стіл – калачі з маком і парним молоком, кулеша з гречаної муки, гречаники, кваша, узвар, іноді юшка з м'ясом, каша, пироги з буряками і квасолею... Пообідавши, родина довго співала. Співали так, ніби на святі, весілля чи хрестинах. Потім діти роз'їжджалися по домівках, а з понеділка знов наставляли будні, тяжка робота. Я часто думаю над тим, як це мудро: збирати найближчу родину за обіднім недільним столом, говорити про проблеми, які є в кожного в сім'ї, а ще співати... Співати...» [2, с. 3].

Інші поетичні рядки – *Звучать там досі в ночі весняні / Про долю жінки і кохання перше / Чийсь чи, може, мамині пісні... / Їх вранці поле з жайвором завершує...* (с. 120) – демонструють тріаду Пісня – Жайвір – Поле, про яку писав Валерій Войтович: «ЖАЙВІР – чистий, «Божий» птах, що приносить весну на ниви й поля. Згідно з легендами, жайворонок, як і ластівка, виймав колючі терни з вінка розп'ятого Христа. Піднявшись у небо, жайвір весь час молився. Потім враз замовк, піднявся ще вище і полетів до самого Бога сповідатися. На Галичині відома легенда про походження жайворонка. Бог підкинув високо грудку землі, із якої і стала ця сіра, як земля, пташка. Ці маленькі створіння живуть лише в полі» [1, с. 404].

Звернімо увагу: певний символізм пов'язаний і з осінніми та весняними перельотами птахів.

Наприклад, *лелеки й журавлі*, за давнім народним повір'ям, відлітали восени, забравши із собою душі покійних та супроводжуючи їх у потойбічний світ. Їхній прощальний спів не залишав байдужим нікого, настільки сумною була та пісня. Спів цих птахів Ніна Царук ототожнила з РОЗЛУКОЮ, СТАРІСТЮ, УТРАЧЕНИМИ НАДІЯМИ, напр.: *Мені до тебе через осінь... / Пролітають журавлі ключами. Буду з сумом їх проводити. Буду довгими снити ночами / Листопади з твоїми листами* (с. 27); *...Ні, заждіть журитися, лелеки. / Хай вже скроні вкрила сивина, Тільки ж бо до осені далеко, / Якщо в серці вічності весна* (с. 117); *Ходила росами боса, / У танку з листопадом кружляла, / То прощалася з журавлями...* (с. 85). Пор.: здебільшого журавель в українському ментальному просторі символізує «сторожкість», «відлюдність» [3, с. 227].

Традиційні уявлення українців про етапи життя як пори року Ніна Царук увиразнює через образи птахів, напр., весна → юність, перше кохання → ластівка: *Злине ластівка перша в небо. І злечу я на крилах нашої стрічі* (с. 27); літо → молодість, радість → журавлі, жайвори, солов'ї: *Люблю життя, як сонце любить сонях, / Як високостя люблять журавлі* (с. 24); *Ще сонце високо у небі, / Ще жайвір весело співа, / Є в мене ти і я у тебе, / Є в нас любов не на словах* (с. 33); – *Сашуню, коханий... тобі ж солов'ї / Не всі ще пісні про любов проспівали...* (с. 34).

Рушійною силою авторської оповіді є лінгвокультуреми «птах» і «крило», що віддзеркалюють увесь спектр можливих виявів особистісного й суспільного, національного й глобалізованого, загального та регіонального. Архетип оприявнився, зокрема, у словосполученні «синій птах», символічне значення якого – образ ІДЕАЛУ, ПАМ'ЯТІ (*Я у спогад вирушаю птахом синім – с. 23; Якщо спогад буде серце зігрівати, – / Синій птах крилом в твоє вікно постукає – с. 25*).

Зменшувально-пестливі номінації «пташка» [13, с. 380] та «пташина» [Там само] в аналізованих поетичних текстах – це КРАСА БУТТЯ (*Росинка, пташка, квіточка, світання... / Краса буття і віра в майбуття – с. 63*) і водночас НЕЩАСЛИВА ЛЮБОВ (*Ти ніс пташину з крилом підбитим, / А я назустріч тобі пішла – с. 110*).

Для означення жінки / дівчини, сконцентрованої на власних відчуттях і пошуках, Ніна Царук використовує поетичний образ *чайки*. При цьому колорит текстів мрійливий, плавний, напр.: *Впала чайка в глибін розхвилену / Білу спрагу об хвилі розбить. / Я закохана, море. Окриль мене. / Хочу*

в тебе навчитись любити» (с. 84). Ці рядки оприявнюють ще одне архетипне поняття – КРИЛО птаха, що в широкому вживанні символізує духовність, уявлення, думку [7, с. 204]. В образному значенні «крило» – те, що високо підносить, огортає, отождивляє крила для авторки стають ознакою злету, натхнення, свідченням «Божої іскри», що дається лише обраним. Поєднуючись в одному контексті зі словом «море», лексема із символічним значенням актуалізує спільні смислові компоненти – «неосяжність», «безмежність», «мінливість». Ліричну героїню окрилює не тільки море, а й любов: *Сонцясяйною мрією злине, / Порив серця окрилить кохання* (с. 92). За допомогою словесного символів «птаха» і «крило» в поетичних текстах створено «відчуття безмежного в пізнанні макрокосмосу, довкілля і мікркосмосу, внутрішнього світу» [12, с. 5].

Окрилена любов'ю, рідним поліським краєм, українською піснею, Ніна Царук написала: *«Не знаю, чи весна, чи юнь / Порив цей будить... / Я пісню вимовлю свою / На радість людям»* (с. 36). Відчуттєву нюансорику поетеса майстерно передає через омовлені символи – традиційні та з індивідуально-авторським прирошенням смислу, що в «архітектурному ансамблі» її поезій-пісень посідають чільне місце. «Різновекторність

сприймання рідного слова – так умовно можна окреслити провідний мотив творчості Ніни Царук (Гуйванюк), української мовознавиці-дослідниці, людини, душа якої жила й живе в цьому слові, і для якої це слово – і свято, і будень, і вічна таємниця. Секрет поетичної творчості авторки – у постійному спостереженні над емоційно-естетичним змістом художньої мови та її впливом на свідомість і чуттєвий світ співрозмовника» [9, с. 79].

Висновки і перспективи. Дослідження загальнонаціональних та індивідуально-авторських особливостей уживання словесних образів-символів птахів у поетичних текстах Ніни Царук (Гуйванюк) довело, що цей образ стає символом через набуту ним функцію в житті самої поетеси, соціуму, держави. Узагальнений образ птаха в її творчості передовсім сприймаємо як символ польоту, натхнення, поезії, пісні, таланту, любові. Конкретні символічні одиниці (лебідка, лелека, орел, жайвір, журавель, ластівка, соловей, чайка) надають текстові особливого естетичного забарвлення, засвідчують високий рівень інтелектуальності авторки, знання міфології та народної творчості, загалом уявляють виражальні можливості лінгвопоетики. У цьому аспекті вважаємо перспективним вивчення ідіолекту Ніни Гуйванюк-Царук, що охоплює її наукові праці, публіцистику й поезію.

Список літератури:

1. Войтович В. Українська міфологія Київ : Либідь, 2002. 664 с.
2. Гуйванюк Н. З голосу пам'яті. З голосу мами: Фольклорний світ села Волиці / укл. Н. В. Гуйванюк Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2013. 352 с.
3. Жайворонек В. В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
4. Івасюта М. І. Орнітологічні назви-символи у творах письменників Буковини кінця XIX – початку XX ст. *Молодий вчений (філологічні науки)*. 2021. № 10(98). С. 321–325. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-10-98-67>
5. Кононенко В. Текст і образ : монографія. Київ ; Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпатський нац. ун-т ім. Василя Стефаника», 2014. 192 с.
6. Кононенко В. Текст і смисл : монографія / Віталій Кононенко. – Київ – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського нац. ун-ту ім. Василя Стефаника, 2012. 272 с.
7. Кононенко В. Символи української мови : [монографія]. Київ ; Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського нац. ун-ту ім. В. Стефаника, 2013. 440 с.
8. Костомаров М. І. Слов'янська міфологія : вибр. праці з фольклористики й літературознавства. К. : Либідь, 1994. 382 с.
9. Кульбабська О. Лінгвопоетичний портрет Ніни Гуйванюк. *Colocviul Internațional de științe ale Limbajului «Eugeniu Coșeriu» (ediția XV-a) «Schimbărea Lingvistică și schimbărea în Lingvisticii»*. Cernăuți : Universitatea Națională din Cernăuți, 2020. P. 76–83.
10. Рудь О., Горбатенко І. Символіка орнітологічних назв у поезії Сергія Жадана. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. праць молодих вчених Дрогобицького держ. пед. ун-ту імені Івана Франка* / [ред.-упор. М. Пантук, А. Душний, І. Зимомря]. Дрогобич : Вид-чий дім «Гельветика», 2020. Вип. 34. Т. 4. С. 143–148.
11. Скаб М. Закономірності концептуалізації та мовної категоризації сакральної сфери : монографія. Чернівці : Рута, 2008. 569 с.
12. Словник символів / [Потапенко О. І., Дмитренко М. К., Потапенко Г. І. та ін.]; за заг. ред. О. І. Потапенка та М. К. Дмитренка. Київ : Редакція часопису «Народознавство», 1997. 156 с.

13. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1977. Т. 8. 927 с.

14. Царук Н. Душі моєї білий птах : поезії. Чернівці : Букрек, 2012. 136 с.

15. Юрченко С. Літературний неймінг: як назвати свою книгу? URL:

<https://methodwriting.com.ua/cognize/must-know/literaturnij-nejming-yak-nazvati-svoyu-knigu>

Kulbabska O. V. ORNITHOLOGICAL SYMBOLIC NAMES IN THE POETIC SPACE OF NINA GUYVANYUK

The article proves that ornithological names-symbols are important linguistic and expressive means that supplement the linguistic picture of the world of Ukrainians. Name-symbols are characterized by deep content, have an ancient origin and updated contextual interpretation. In order to analyze national and individual functional representations of Ukrainian images-symbols, the most important symbols-ornithonyms in the language creation of the Chernivtsi poetess and scientist Nina Tsaruk (Guyvanyuk) are singled out.

In particular, the motivation of creating a symbolic meaning and the semantics of a symbol in the individual style of the writer was investigated. Based on the material of Nina Tsaruk's only lifetime collection of poems «My soul is a white bird», which was published by the Chernivtsi publishing house «Bukrek» in 2012, it was established that ornithological names-symbols are a means of conveying thoughts about the reality and revealing the inner world of the lyrical heroin

On the one hand, the through-and-through symbolic image of a bird is a means of aestheticizing poetic texts, and on the other hand, this image-symbol evokes in the readers a number of associations of an abstract and generalizing plan, «draws into the orbit» of its compatibility directly related to it and syntactically more distant words (or combines with contact and distant syntactic words)

The conclusion was made: the analysis of the peculiarities of the functioning of verbal images-symbols on the material of Nina Tsaruk's creativity allows to understand more deeply the specific features of Ukrainian symbolism, to generalize the individual and authorial features of the use of symbols. In the future, it will be interesting to establish a correlation between the theoretical works of Prof. Nina Guivanyuk in the field of poetics, expressive syntax, text linguistics and the embodiment of her linguistic outlook in artistic discourse as the poetess of Nina Tsaruk.

Key words: *mythology, poetic text, symbol, name-ornithonym, aesthetic meaning, national specificity, individual author's features, means of belief, function.*

Купрікова Г. В.

ПВНЗ Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ КОНЦЕПТУ *КИТАЙ* В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

*Роботу присвячено вивченню особливостей вербалізації концепту **КИТАЙ** в українській мовній картині світу. Розгляд аналізованого концепту здійснено за допомогою звернення до корпусу ГРАК, який на сьогодні є однією з найбільш репрезентативних колекцій текстів різного спрямування українською мовою.*

*У дослідженні концепт **КИТАЙ** вважасмо ономастичним топонімічним концептом, ядерні компоненти якого збігаються зі словниковими дефініціями. Зокрема, визначено, що до інформаційного шару – ядра – належить смислове наповнення Китай – країна на Сході, яке в різних текстах обростає додатковими уточненнями, наприклад, що це азіатська країна, велика країна, могутня країна тощо.*

*Також визначено прямию зону, яку формують семантичні сфери **КИТАЙ – КРАЇНА НА СХОДІ, КИТАЙ – ЗАГРОЗА, КИТАЙ – ПРОДУКЦІЯ, КИТАЙ – ВИДАТНА КРАЇНА, КИТАЙ – ЖИТЕЛІ КРАЇНИ, КИТАЙ – ЕКОНОМІКА**. У межах кожної сфери функціонує низка смислових наповнень.*

*Створений образ Китаю має амбівалентну оцінку, причому негативні конотації актуалізовані в межах можливої експансії, поширенню хвороб, у тому числі й Covid-19, в асоціаціях Китаю з китайськими товарами низької якості. Позитивні уявлення про давню китайську культуру полягають у її вітальній силі, увагою до принципу «здоровий дух у здоровому тілі». Таким чином, концепт **КИТАЙ** в українській мовній картині світу має стереотипні риси й пов'язаний, з одного боку, з почуттям недовіри, а з іншого, із почуттям глибокої поваги чи навіть заздорті, якщо йдеться про економічні досягнення китайської економічної сфери.*

*З'ясовано також, що в україномовних текстах про Китай домінують ознаки як країни, що поєднує в собі контрастні риси, давньої країни, яка домінує в економічному розвитку. Деталізація концепту **КИТАЙ** виявляється ментальними предикатами незрозумілий, динамічний, центральний, мудрий.*

З'ясовано, що невід'ємною частиною україномовних текстів про Китай є етноспецифічна лексика, значна частина якої вербалізує базові концепти, пов'язані з побутом, бойовими мистецтвами, даосизмом, конфуціанством. Трапляються також безеквівалентні слова, пов'язані з особливостями національного сприйняття дійсності, звичаями китайців.

Встановлено, що найбільш частотними прецедентними іменами є Конфуцій, Лао-Цзи та Мао Цзедун. Конфуцій посідає важливе місце в науково-популярних текстах, а Мао Цзедун – у публіцистиці. При цьому Конфуцій та Лао-Цзи мають позитивні конотації, а образ Мао Цзедуну піддається демонізації. Конфуцій є прототипом ідеальної людини, це одна з найбільш авторитетних постатей в історії Китаю, чії ідеї й досі живі та актуальні, а поведінка є зразком для наслідування.

Ключові слова: національно-географічний концепт, семантичний зміст, семантична сфера, Китай.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людської цивілізації глобалізаційні процеси охопили весь світ, тому вивчення особливостей образів інших країн, проблем стереотипізації й міфологізації дасть змогу для глибшого проникнення в культурно-філософську, етнологічну, соціокультурну специфіку різних держав.

Українсько-китайські відносини становлять доволі давню історію політичного й культурного діалогу та економічної співпраці, тому звернення

до концепту **КИТАЙ** є актуальним, адже такий аналіз поглибить уявлення про Китай та китайців, про той образ, який існує у свідомості носія української мови та виявляється за допомогою вербальних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на доволі близькі стосунки між Україною та Китаєм (2019 рік був проголошений роком Китаю в Україні), Китай ще не був об'єктом комплексного філологічного дослідження. Роботи

лінгвістичного спрямування, що присвячені китайській проблематиці, здебільшого орієнтовані на вивчення лише окремих фрагментів мовної картини світу й тому, виходячи з такого роду досліджень, доволі складно сформувані цілісне уявлення про те, яким же постає Китай у носіїв української мови. Варто відзначити статтю О. В. Березінської, яка вивчає лінгвістичну ситуацію в Китаї, зокрема звертаючи увагу на взаємодію сучасної китайської мови путунхуа з різними діалектами; працю П. М. Донця та І. О. Мотрохова, присвячену лінгвокультурній специфіці китайської поезії та особливостям її перекладу, де автор розмірковує про давню китайську поезію та її образність. Робота А. Ю. Лугініної стосується вивчення вербалізації концепту **ГРОШИ** в китайській культурі. Дослідження здійснене на матеріалі китайських фразеологізмів з ієрогліфом 钱.

Постановка завдання. У свідомості українців концепт **КИТАЙ** сформувався протягом тривалої історії міжнародних відносин та осмислення важливості Китаю на світовій арені й українській громадсько-політичній думці. **Метою дослідження** є вивчення концепту **КИТАЙ** в українській мовній картині світу за допомогою розгляду засобів мовної репрезентації цього концепту, його семантичних компонентів і тих чинників, які впливають на його зміст.

Виклад основного матеріалу. Ключовим словом національно-географічного концепту не може бути безеквівалентне слово, оскільки в такому разі варто говорити про національний концепт, або етноконцепт. Національно-географічні концепти для однієї із сторін є оригінальними, а для іншої постають чужими, запозиченими. При цьому запозичені концепти змінюють не тільки мову-реципієнт, а й мову-донор, у результаті чого одна зі сторін розширює свій лінгвокультурний простір новими смислами, а інша віддає частину свого простору. Завдяки такому обміну відбувається корегування світобачення обох учасників взаємодії.

У роботі М. В. Піменової виокремлено чотири групи метафоричних моделей, якими послуговуються в публіцистичному дискурсі при характеристиці тих чи тих політичних реалій [6, с. 57]. Ці метафоричні моделі дослідниця застосовує до України, хоча вони дотичні до будь-якої держави, до Китаю також: 1) вітальна (сформована ознаками живої істоти, соматичними та перцептивними, це прийом «оживлення»): «**Внизу повз безконечний миготливий китайський змій**» [3]; 2) антропоморфна (сформована духовними, релігійними, соціальними, політичними, освітніми

тощо ознаками, це прийом «олюднення»): «**Китай вважає Тайвань своєю територією і відтепер залишає за собою право застосувати силу, якщо не вдасться досягнути “мирного об’єднання”, повідомляє Бі-Бі-Сі**» [3]; 3) предметна (сформована ознаками артефактів): «**Служниця ж, обдарована кількома доларами, мовчала, як китайський бовван**» [3]; 4) просторова (сформована ознаками економічного, воєнного, політичного просторів): «**Та врешті-решт ні римський лімес, ні Велика китайська стіна не порятували їх від ворогів**» [3]. В українській мові багато китаїзмів, які стають невід’ємною частиною повсякденного мовлення й слугують маркерами концепту **КИТАЙ**. І це не випадково, адже ми живемо в епоху глобалізації, коли межі між країнами та культурами поступово стираються, поступаючись місцем космополітичним настроям і тенденціям. Ці ж явища притаманні й мовній системі. Галузями, у які найбільш активно запозичуються китаїзми, слід вважати такі: 1) східні єдиноборства (*ушу, кунг-фу*); 2) східна філософія (*інь, янь, дао*); 3) гастрономічна сфера (*тофу, вок*); 4) побут (*фен-шуй*).

Починаючи від найдавніших часів в історії українсько-китайських взаємин можна виокремити такі етапи, які є актуальними для творення смислових наповнень концепту **КИТАЙ**: 1) ознайомлення українців із Китаєм, формування образу Китаю як далекої, незвичайної, екзотичної країни; 2) європоцентричне сприйняття Китаю, сприйняття криз протиставлення *Європа – Азія, Захід – Схід*; 3) подвійне ставлення до Китаю за радянських часів: братній народ та китайська небезпека; 4) китайський економічний прорив та китайські товари; 5) коронавірусна хвороба.

Концепт **КИТАЙ** в українській мові реалізується за допомогою низки лінгвальних одиниць: *Китай, КНР, Китайська Народна Республіка*, неофіційна назва *Піднебесна, китаєць, китайський*, а також низкою топонімів: *Пекін, Шанхай, Жовте море, Південно-Китайське море, Янцзи, Хуанхе* тощо.

Нейтральні й позитивні смислові відтінки має розуміння **КИТАЮ** як **ДЕРЖАВИ НА СХОДІ**, яке становить ядро концепту. Ця семантична сфера має кілька смислових наповнень. За таких умов Китай постає просто геополітичною одиницею, яка має свою територію, історію, культуру: «*В інтересах найповнішого огляду історії людства автор вводить в свій виклад культури Америки і Середньої Азії, історію Китаю та Японії, імперію Чингісхана та “Великого Монгола”*» [3].

У деяких мікроконтекстах актуалізується ідея **Китай – азіатська країна**: «*Де б не бралися за ту ідею, почавши від азіатського Китаю*» [3]. При моделюванні смислу **Китай – держава на Сході** доволі часто робиться акцент на територіальній величині країни, що в мові забезпечується використанням прикметника *великий*: «*Членами цієї авторитетної організації вже є великий Китай і маленька Грузія...*» [3].

Натомість в інших мікроконтекстах прикметник *великий* актуалізує семантику мудрості, величчя, могутності, яку підкреслюють інші означення: «*Великий Китай, славний своєю стародавньою мудрістю і громадською етикою, дисципліною виробництва та витримкою, немов той кит, будить у серці Нації потяг до вбивства*» [3]. Тож доцільно говорити про смислове наповнення **Китай – могутність**. Семантику могутності закладено й у самій назві країни. Історично склалося так, що через свою віддаленість від інших держав, китайці мали невелику кількість контактів, відповідно, усталеною вважалася думка, що Китай знаходиться посередині всього світу. Стародавні китайці назвали свою державу Серединною країною (Чжун Го – 中國). Перший ієрогліф – 中 – чжун – має значення «середина», «центр», а другий ієрогліф – 國 – Го – означає «країна, держава». Проте, слід зазначити, що назва Чжун Го не була усталеною, Китай розвивався, змінювався його культурний і політичний курс, тож і назва країни теж зазнавала змін. Після проголошення імперії Китай почали іменувати Тянь-Ся (天下), де Тянь – це день, небо, а Ся – низ або підніжжя. Відповідно, Тянь-Ся – це підніжжя неба. Варто сказати, що небо в китайській традиції завжди дуже шанувалося, воно було символом чистоти, божественності, святості. Назва *Піднебесна* тільки підкреслювала величчя і могутність країни, адже ця держава розташована в центрі Землі та ще й має вихід у небо, має з небом духовний і фізичний зв'язок. В українській мовній картині світу також фіксується тенденція використовувати неофіційну назву Китаю з метою демонстрації величчя держави: «*Стратегічна ж мета залишилася та сама: закріпити за Китаєм роль “Піднебесної”, що панує над всіма народами й державами*» [3].

Проте в деяких мікроконтекстах смисл **Китай – держава на Сході** може мати оцінний компонент. Наприклад, при вербалізації концепту за допомогою топоніму *Шанхай* у зменшено-пестливій формі яскраво вираженою є негативна оцінка: «*Вулиця Літня розсікала навпіл шанхай-*

чик, хаотично забудований непоказними одноповерховими будинками» [3]. Ця ілюстрація демонструє другий бік китайського побуту, який здебільшого оцінюють негативно, тож і переносне використання топоніму *Шанхай* у формі демінутиву передає хаотичне й зубожіле будівництво, густонаселені нетрі. Таке потрактування зумовлене уявленнями українців про Китай як густонаселену країну, у якій дуже тісно.

Смислове наповнення **Китай – комуністична країна** підкреслює відповідний прикметник: «*Міністер оборони країни Волтейр Газмін попросив, щоб американські патрульні літаки знеохочували намагання комуністичного Китаю блокувати ці транспортні*» [3]. Семантичне наповнення **Китай – комуністична країна** може здобувати вербальне втілення за допомогою оніма *Мао Цзедун*. Це ім'я у свідомості українців асоціюється з китайською революцією, утвердженням комуністичного ладу в державі. В ілюстраціях, у яких можна натрапити на ім'я китайського вождя актуалізовано семантику жорстокості, цензури, тоталітаризму: «*Складається таке враження, що новітній “бог”, “червоне сонце” Мао Цзедун, розправляючись, зокрема, з письменниками, прагне відтягти всі голови, які підводяться над рівнем*» [3].

Китай може реалізувати семантику далекої країни, і тоді слід говорити про смисл **Китай – далина**: «*Та й від столиці до нас – як до Китаю пішки*» [3], «*Але якщо проаналізувати структуру ФОП, то стане зрозуміло, що нам до Європи як до Китаю пішки*» [3]. Це словосполучення утворене за аналогією до української стійкої сполуки *як до Києва рачки*. Збережено навіть граматичну формулу адвербіального фразеологізму: *як + прийменник + власне ім'я + прислівник*. Топонімічний компонент відображає віддаленість, причому як просторову, так і часову, адже Китай дуже далеко від України. На просторіві характеристики Китаю вказує й назва «Шовковий шлях» – дорога для караванів, що поєднувала Східну Азію зі Середземномор'ям у давні часи: «*“Великий шовковий шлях”, що, мов артерія, єднає два великі континенти – Азію та Африку – на протязі багатьох століть пролягав повз курган у Жетису, де знайдено воїна в золотому вбранні*» [3]. Із давніх-давен китайська культура для українців була оповита таємничістю. З одного боку, це можна пояснити далекою відстанню, а з іншого, східні традиції доволі сильно відрізняються від традицій європейських і слов'янських. На мовному рівні такі інтенції реалізуються за допомогою епітетів

таємничий, загадковий: «Від їжджаючи з країни **таємничого Китаю**, везли венеційці з собою великі скарби» [3].

В українській мові реалізується смисл **Китай** – **однаковість**: «Перші кілька днів нам здавалося, що у всіх докола однакові обличчя, але приблизно за тиждень ми перестали сприймати оточуючих як китайців, бо навчилися бачити індивідуальні риси» [3]. Тут спрацьовує факт сприйняття чужих облич у нашому мозку. Згідно з думкою багатьох дослідників наш мозок працює таким чином, що індивідуальні риси ми бачимо лише в людях своєї раси, а решту осіб сприймаємо однаковими. Це справедливо стосовно українців, азіатів, афроамериканців. В українській мовній картині світу таке нерозрізнення рис чужих рас на лінгвальному рівні виявляється в порівняльній конструкції як *китайців*. Подібні мовні засоби використовуються й при моделюванні смислу **Китай** – **велика кількість людей**: «Їх там, як китайців у наших бур'янах, на вибір: хочете – феміністку, тінейджерку, просвітянку-патріотку, навіть можу вдову забайкальських козаків...» [3], «Таргани завелися в квартирі, ось як мені від цих паразитів позбутися, вони вже як китайці розплодилися» [3]. Витоками таких мовних інтенцій слід вважати усталено в українській лінгвокультурі думку про те, що китайське населення є одним із найчисельнішим на планеті Земля й нараховує близько півтора мільярда осіб. Відповідно, порівняння як *китайців* означає дуже багато й використовується зі зниженою конотацією. Аналіз подібних висловлювань робить зрозумілим, що велика кількість є не тільки базовим складником образу китайців в українській мовній свідомості, а й той факт, що цю велику кількість оцінюють негативно. Ця оцінка знаходить яскраве мовне вираження в зневажливому порівнянні китайців із тарганами. Меншою кількістю ілюстрацій репрезентований смисл **Китай** – **чужина**: «З білого світу пішов він за тридев'ять земель від рідного дому, у **чужому Китаї**» [3].

У ЗМІ активно реалізується демонізація Китаю, що формує семантичну сферу **КИТАЙ** – **ЗАГРОЗА**. Зафіксовано такі мовні способи демонізації держави:

1. За допомогою національного символу (**дракон**, **тигр**): «Примусити уряд бігти цим шляхом, а потім, сидючи, як **китайський тигр** на вершині гори, спостерігати, коли й де він спиткнеться» [3], «В дні, коли **китайський дракон** обпалив вогнем землю В'єтнаму» [3], «**Китайський дракон** показує зуби» [3]. Однак при цьому китаєць упізнає в цих цитатах зовсім не китай-

ського дракона, а дракона європейського, адже саме образ жадібного, підступного й злого дракона – ворога людей – домінує в європейській свідомості й саме такий образ використовують для демонізації Китаю. Дракон – це символ Китаю, тому китайці вважають себе нащадками Великого Дракона. У китайській міфології дракон посідає дуже важливе місце, але має позитивну семантику. Китайські дракони не відбирають багатства в людей, а, навпаки, допомагають людям, даруючи їм воду та скарби. Однак у свідомості слов'ян дракон має зовсім іншу семантику. У європейських міфах, легендах і казках дракон – це велетенський монстр із гігантськими крилами, кігтями, який видихає полум'я, може мати кілька голів, і служить темним силам.

2. За допомогою конкретної лексики (*китайський вірус*), завдяки чому виформовується смисл **Китай** – **хвороба**: «Нагадаємо, за останніми даними, від **китайського коронавірусу** померли 170 людей, понад 7 тисяч інфіковані» [3], «Кількість загиблих від нового **китайського коронавірусу** досягла 213 осіб» [3]. Зауважимо, що тут привертає увагу сполучуваність слів, що виражають концепт **КИТАЙ**, із лексемами, що мають семантику смерті, хвороби.

3. За допомогою смислу **Китай** – **експансія**. Зазвичай у текстах, де реалізовано такий сенс, наголошується, що китайська експансія становить небезпеку для країн СНД, зокрема для Росії чи Казахстану, але також може поширитися й на весь світ. Часто китайська експансія виступає в синтагматичному оточенні слів із сильною оцінкою – **загроза**, **проблема**: «**Китайська експансія** на російському Далекому Сході створює демографічні й безпекові проблеми для Кремля» [3], «**Експансія Піднебесної** на просторі СНД набуває зримих рис» [3]. Причому в текстах, де реалізовано смисл **Китай** – **експансія**, не обов'язково йдеться про демографічні проблеми, доволі часто об'єктом експансії є економіка, торгівля: «Наприклад, коли приїжджаєш у Мюнхен, то можеш придбати автентичний баварський сувенір безпосередньо в аеропорту, в Бельгії – фірмові цукерки, а в Україні... – **китайські речі**» [3]. Небезпека китайської експансії підкріплюється ідеєю конкуренції, утвердження думки, що Китай хоче відвоювати життєвий простір в українців.

4. За допомогою лінгвоментальної візії **Китай** – **низька якість**. Здебільшого товари, завезені в Україну з Китаю, вважають заздалегідь продукцією низької якості, а значить, це певний обман споживачів. Тут простежується сполучення

прикметника *китайський* із лексемами зі зниженою конотацією. Доволі часто наголошується на низькій ціні за допомогою епітета *дешевий*, що також у мовній свідомості має негативний зміст: «Пластмасове **китайське барахло!**» [3], «Це імпорт, причому неякісний – завезений до нас, як колорадський жук, як **дешево китайське взуття...**» [3], «Зізнаюсь, легендарний ринок мене розчарував: величезний базар, наповнений **китайським мотлохом**» [3]. Таким чином, для характеристики великої кількості товарів, завезених із Китаю, використовують прикметники з негативною оцінкою: *погані, неякісні, одноденні, посередні, дешеві*; та іменники: *хлам, непотреб, барахло, шмотки, мотлох*.

5. Смысл *Китай* – *щось незрозуміле* вербалізується завдяки сталій сполуці *китайська грамота*: «Що-ж до Вілсонової творчості, то це була для мене **китайська грамота**» [3], «Я знаю, що все це для вас **китайська грамота**, і не трудитиму більше вам голови» [3]. Витоки подібних інтенцій цілком зрозумілі, адже китайську мову вважають однією з найскладніших у світі.

6. *Китай* – *ізоляція*. Цей смысл здобуває вербальне втілення завдяки апелюванню до фразеологізму *китайський мур*, що означає нездоланну перепону, певний бар'єр, цілковиту ізолюваність: «Домашній промисел передбачав виготовлення виробів дерева, а домашня торгівля – розподіл харчів та обмін товарів між собою, бо довкола вороги **китайським муром обгородились**» [3], «Тим шляхом, на нашу думку, кооперація рішучо проб'є той **китайський мур**, який ще сьогодні відгороджує її від її безпосередніх завдань і тим самим органічно зв'яже себе з працюючими масами, які зацікавлені в майбутності радянської влади взагалі» [3], «Бо і як намагаються найновіші дослідники нашу проблему **відмежити китайським муром** від ідеологічних змагань, та хочуть, мовляв, заглянути самій правді в очі, дивлячись тільки очима правників і тільки для ужитку правників» [3], «Закони будуть подібні, **позникають китайські мури** перед промислом і торгівлею, народи радо обмінюватимуться стануть добром і багатствами своїх країн...» [3], «Звідси вони кличуть до того, щоб творення української мови пішло такими шляхами, коли між українською мовою та російською мовою було б поставлено **китайський мур**» [3], «Ані Молдавія, а тим менше Україна не в силі **відгородити себе китайським муром** від нових підходів західно-європейського мистецтва» [3].

Існує й чимало позитивних смислів, пов'язаних із концептом *КИТАЙ*. Зокрема, доцільно виокре-

мити семантичну сферу *КИТАЙ* – *ВИДАТНА КРАЇНА*.

У першу чергу ідеться про семантичне наповнення *Китай* – *мудрість*. Здебільшого такий смысл експлікований за допомогою епітета *мудрий* стосовно жителів Китаю, при цьому доволі часто подано приклад такої мудрості за допомогою використання китайських фразеологізмів або висловлювань китайських мудреців: «Тим-то **мудрі китайці** мають приповідку: “Шлях до людського розуму йде через серце”» [3].

Китай здавна славився своїми здобутками в царині медицини, зокрема традиційна китайська медицина, що становить собою систему певних учень і практик, була створена в КНР у 1950-х роках на основі давніх трактатів. У Китаї медицину розглядають як частину науки про виховання життя, куди входять, окрім медицини, ще й методи психофізіологічних практик, дієтологія тощо. В українській мовній культурі смысл *Китай* – *медицина* також наявний. Він реалізується завдяки прикметнику *китайський*, який уживається стосовно медицини, а також завдяки іменникам на позначення різних медичних процедур, наприклад, голковколювання (акупунктура) – це різновид китайської терапії, який виник близько трьох тисяч років до нашої ери: «Та от Кім Бон Хан, зацікавившись таємницею лікування **голковколюванням**, дійшов до висновку, що в живому організмі, крім трьох відомих науці провідних систем, існує ще й четверта, яка ще в стародавній медицині називалася системою Кенрак» [3]. Серед важливих культурних традицій Китаю особливе місце посідають бойові мистецтва, такі як кунг-фу, ушу. Їх вважають найдавнішими у світі. І при навчанні цих стилів важливу увагу приділяють не лише розвитку тіла, а й гартуванню людського духу. Українська лінгвокультура з пієтетом ставиться до бойових традицій Китаю, значна кількість українців відвідує різні секції, де навчають прийомам кунг-фу, ушу, що дає змогу виокремити смысл *Китай* – *бойові мистецтва*. Здебільшого в мові це семантичне наповнення реалізується завдяки прямим назвам китайських мистецтв: «На початок 90-х у провінції Ханань працювали вже сотні шкіл **ушу та кунг-фу**, які видавали справжній диплом шаолінського монастиря» [3].

Запозичена лексема *фен-шуй* демонструє словесне наповнення *Китай* – *шана традицій*. Основними лексемами, які використовують для характеристики фен-шуй, є слова *давній, традиція*, що відповідає концепту *КИТАЙ* як давній кра-

їні, що має усталені й перевірені часом традиції. У той же час розмовна лексика репрезентує зовсім інше потрактування поняття *фен-шуй*: «*Та мешканці довоколишніх будинків зазвичай дякують: мати під своїми вікнами наркомагазин – поганий фен-шуй*» [3], «*Реальна Україна – якийсь суцільний поганий фен-шуй за вікном і в головах*» [3]. У наведених ілюстраціях лексема *фен-шуй* постає оцінною лексемою, що не тільки реалізує значення красиво, а й подає загальну оцінку: «*Та не, тьоть Люб, чого, є у нас чайник емальований, зараз поставимо – всьо по фен-шую*» [3].

Семантична сфера *КИТАЙ – ЕКОНОМІКА* репрезентована кількома смисловими наповненнями. Одним із них є *Китай – економічне диво*. Для українців надзвичайно важливо відшукати причини китайського економічного підйому, тому натрапляємо на таку ілюстрацію: «*Чому ніхто не говорить, з чого почалося китайське диво – з того, що уряд звернувся до інтелігенції, яка проживала по всьому світові, з проханням повернутися*» [3]. Очевидно, що Україні болить відтік інтелігенції за кордон, тому автор наведених вище рядків і наголошує на тому, що відродження Китаю почалося з повернення розумних людей.

Смислове наповнення *Китай – країна економічного благополуччя* представлене в мікроконтекстах, де стверджується невпинний ріст економіки. Автори використовують лексеми *рекорд, ріст, інвестиції, великі кошти*, щоб показати впевненість у економічному благополуччі Китаю: «*Економіка Китаю і без того зростає рекордними темпами, але Олімпіада й ЕКСПО стануть ще двома потужними імпульсами*» [3].

На противагу попередньому смислу фіксується й антонімічна інтерпретація *Китай – країна з нестабільною економікою*. Щоправда, таких мікроконтекстів зафіксовано менше: «*Відкладаючи рішення відпустити юань у “вільне*

плавання», *китайська влада сприяє зростанню нестабільності в економіці Китаю*» [3].

У структурі концепту *КИТАЙ* доцільно виокремити семантичну сферу *КИТАЙ – ПРОДУКЦІЯ* з смисловими наповненнями *Китай – чай, Китай – порцеляна, Китай – шовк*: «*В кімнаті пахло справжнім запашиим китайським чаєм*» [3], «*Мені залишилось небагато часу, тож іду з натовпом туристів у музей палати, де презарна китайська порцеляна*» [3], «*Справа в тому, що наші хлопці в 45-му році, коли спокували рукописи, використовували коштовний китайський шовк собі на онучі*» [3].

Важливо також виокремити семантичну сферу *КИТАЙ – ЖИТЕЛІ КРАЇНИ*. У межах цієї сфери концепт *КИТАЙ* вербалізується за допомогою лексем *китайці, китаєць, китаянка*. Серед смислових наповнень, що формують цю сферу, можна назвати *зовнішність жителів Китаю*. Тут акцентовано увагу на кольору шкірі за допомогою відповідних прикметників: «*А й справді: у Китаї є Жовта річка і навіть Жовте море, а китайці всі жовті*» [3]. Рідше вказується зріст та постава: «*Чун А-Чун був собою зовсім непоказний – доволі невисокий, як і всі китайці, по-китайському вузький у плечача та сухорлявий*» [3]. Також можна натрапити на розріз очей, наприклад, у мікроконтексті: «*зизоокі китайці, збираючи ту черву, не дають їй перетворитися на метеликів*» [3] діалектне слово *зизоокій* означає *косоокій*.

Висновки та пропозиції. Як бачимо, концепт *КИТАЙ* доволі активно представлений в українській мовній картині світу й реалізує низку смислових наповнень. Зокрема, було виокремлено такі семантичні сфери, як *КИТАЙ – КРАЇНА НА СХОДІ, КИТАЙ – ЗАГРОЗА, КИТАЙ – ПРОДУКЦІЯ, КИТАЙ – ВИДАТНА КРАЇНА, КИТАЙ – ЖИТЕЛІ КРАЇНИ*. У межах кожної зі сфер встановлені семантичні наповнення та їхній образний і ціннісний шари.

Список літератури:

1. Березінська О. В Койне як змішаний діалект Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*. 2021. № 1. С. 184–193.
2. Буров В. Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. М., 2000. 206 с.
3. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК) / М. Шведова, Р. фон Вальденфельс, С. Яригін, М. Крук, А. Рисін, В. Старко, М. Возняк. Київ, Осло, Єна, 2017-2019. URL: uacorp.us (Дата звернення 28.10.2022).
4. Донец П. Н., Мотрохов А. И. Лингвокультурная специфика китайской поэзии и способы ее компенсации при переводе. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Methodика викладання іноземних мов*. 2018. Вип. 87. С. 145–151.
5. Лугинина А. Ю. Концепт «деньги» в китайской культуре (на материале китайских фразеологизмов). *Китай: история и современность* : материалы XI международной научно-практической конференции, г. Екатеринбург, 18-20 октября 2017, г. Екатеринбург, 2018. С. 95–100.
6. Пименова М. В. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ). *Политическая лингвистика*. 2007. Вип. 2 (22). С. 52–60.

Kuprikova H. V. FEATURES OF THE RECEPTION OF CONCEPT CHINA IN UKRAINIAN LANGUAGE CULTURE

The work is devoted to the study of the peculiarities of verbalization of the concept CHINA in the Ukrainian language picture of the world. The analysis of the analyzed concept was carried out with the help of the appeal to the GRAK corpus, which is currently one of the most representative collections of texts of various directions in the Ukrainian language.

The paper emphasizes that in the Ukrainian language the concept CHINA is marked by evaluative ambiguity, with positive meanings inherent in the earlier period, at the end of the twentieth century there were negative interpretations related to the deterioration of Chinese goods in Ukraine and the spread of coronavirus disease.

The created image of China has an ambivalent assessment, and negative connotations are actualized within the limits of possible expansion, the spread of diseases, including Covid-19, in China's associations with low-quality Chinese goods. Positive ideas about the ancient Chinese culture lie in its welcoming power, attention to the principle of "a healthy mind in a healthy body."

It was also found out that Ukrainian-language texts about China are dominated by features of a country that combines contrasting features, an ancient country that dominates economic development. The elaboration of the concept CHINA is revealed by the mental predicates incomprehensible, dynamic, central, wise.

It was found that an integral part of Ukrainian-language texts about China is ethno-specific vocabulary, a significant part of which verbalizes basic concepts related to everyday life, martial arts, Taoism, and Confucianism. There are also non-equivalent words associated with the peculiarities of the national perception of reality, the customs of the Chinese.

Confucius, Lao Tzu and Mao Zedong were found to be the most frequent precedent names. Confucius occupies an important place in popular science texts, and Mao Zedong – in journalism. At the same time, Confucius and Lao Tzu have positive connotations, and the image of Mao Zedong is subject to demonization. Confucius is the prototype of the ideal man, he is one of the most authoritative figures in Chinese history, whose ideas are still alive and relevant, and whose behavior is a role model.

Key words: national-geographical concept, semantic content, semantic sphere, China.

Новікова О. О.

Донецький державний університет внутрішніх справ

Сабельникова Т. М.

Донецький державний університет внутрішніх справ

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕКСТІВ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

У статті проаналізовано лексико-семантичну організацію текстів сучасної політичної реклами. У дослідженні «рекламу» дефіновано як спеціальну інформацію про певну особу / продукцію / послугу / ідею, надану з метою інформування та цілеспрямованого впливу на певне коло осіб. Політичною рекламою вважаємо систему комунікацій, покликаних змінювати свідомість і поведінку людей відповідно до політичних цілей рекламодавця (політичних партій, рухів, лідерів тощо). Метою політичної реклами є цілеспрямований вплив на громадську думку. Зосереджено увагу на вивченні текстів сучасної політичної реклами, що зафіксовані на візуальних спорудах на зразок банерів, білбордів, плакатів, афіш, скролерів, які на сьогодні не лише виражають волевиявлення та ставлення українських громадян до військової російської агресії, а й надають підтримки, упевненості, віри в перемогу українського народу в ці нелегкі часи.

Запропоновано звернутися до семантичної організації сучасних патріотичних рекламних текстів, оскільки саме вона повно й глибоко передає різні емоції й почуття громадян України. Фактичний матеріал дав змогу диференціювати конструкції, що відображають сучасну патріотичну рекламу на білбордах, на тринадцять лексико-семантичних груп. Найбільш уживаними конструкціями є такі, що передають гордість, захоплення своєю країною; мовні одиниці, що передають спонукання, заклик до дії. Також набули активного вжитку рекламні тексти, що вказують на ідентифікатор української нації, зокрема такі, що закликають до спілкування виключно українською мовою; такі, що вказують на риси характеру, підкреслюючи, що вони притаманні саме українцям; конструкції-політичні топоніми тощо. Закцентовано увагу на конструкціях, що знаходяться за межами зазначених семантичних груп, – графічних репрезентах, які закликають до спокою. Особливої уваги надано іншомовним мовним одиницям – гаслам на підтримку українського народу на білбордах міст Європи та США.

Ключові слова: політична реклама, текст, мовні конструкції, семантична організація, лексико-семантичні групи.

Постановка проблеми. Основним чинником виникнення сучасних соціальних комунікацій є новітнє інформаційне середовище, яке продукує активні моделі масових інтеракцій, презентовані взаємодією соціальних суб'єктів через обмін інформацією за допомогою спеціальних ЗМІ. Унаслідок цього в комунікативному просторі створено потужний медіалінгвістичний фон, що впливає на становлення і розвиток суспільства в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Природа синтаксичних конструкцій політичної реклами є об'єктом вивчення таких дослідників, як Н. Войтович [2], А. Коваленко [6], І. Мариненко [7], Ю. Стенкевич [10], О. Щепка [12], Я. Яненко [13], Н. Удріс [11] та інші. Однак недослідженими залишаються деякі проблемні аспекти, зокрема проблеми семантичної органі-

зації розглянутих синтаксичних одиниць в сучасному українському політичному дискурсі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз лексико-семантичної організації текстів сучасної політичної реклами.

Виклад основного матеріалу. Реклама як суспільне явище на сьогодні є невід'ємним складником засобів масової комунікації. Кожне рекламне повідомлення – це демонстрація певного способу життя та культурних цінностей. Становлення рекламного дискурсу на території України відбувалося впродовж XIX ст. і продовжує розвиватися й до сьогодні. Є. Берендєєва виокремлює три етапи становлення: *пострадянський* (1991–2000 рр.); *перехідний* (2001 – 2010 рр.); *самостійний* (2011 – до сьогодні) [1, с. 735].

Поняття *реклама* походить від лат. *reclamo* – «вигукую, кличу». В українському лінгвістичному обігу зазначена лексема з'явилась через французький вплив (фр. *reclame*). Наразі дефініцію «*реклама*» використовують як поширення інформації про кого-небудь / що-небудь із метою популяризації [8, с. 579]. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу» *реклама* – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо такої особи чи товару [3]. Згідно із законодавчим визначенням *реклама* – це інформація. У законі України «Про інформацію» термін «*інформація*» визначено як документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. У зазначеному Законі подано також визначення масової інформації як публічно поширюваної друкованої та аудіовізуальної інформації [4].

Часто вживаним не тільки у вітчизняних наукових студіях, а й у науковців близького і дальшого закордоння є визначення, прийняте Американською асоціацією маркетингу, де *рекламу* розглядають як будь-яку форму неособистого представлення і просування ідей, товарів чи послуг, оплачувану точно встановленим замовником [2; 9; 12; 15].

У нашому дослідженні *рекламою* вважатимемо спеціальну інформацію про певну особу / продукцію / послугу / ідею, надана з метою інформування та цілеспрямованого впливу на певне коло осіб.

Креативним складником будь-якої реклами є інформація, що транслюється суспільству разом із закликком придбати рекламований продукт. Кожне рекламне повідомлення – це демонстрація певного способу життя та культурних цінностей. Важливо, наголошує Я. Яненко, що реклама впливає на індивіда і в тому випадку, коли він не купує рекламований товар і не користується ним. Вплив забезпечують контакти споживача з рекламою і чим вони частіше, тим більш значним може бути ефект [14, с. 923].

За жанровою специфікою рекламу розподіляють на комерційну, соціальну й політичну [9; 7; 11, 14]. Закцентуємо увагу саме на конструкціях політичної реклами, адже наразі саме тексти політичної реклами є суттєвим важелем впливу на свідомість людей під час воєнної агресії Росії проти України. Зазначені синтаксичні одиниці в сучасному рекламному дискурсі мають потужний комунікативний потенціал.

Політичною рекламою вважаємо систему комунікацій, покликаних змінювати свідомість і поведінку людей відповідно до політичних цілей рекламодавця (політичних партій, рухів, лідерів тощо). До політичної реклами зараховують візуальні споруди на зразок банерів, білбордів, плакатів, афіш, скролерів. Метою політичної реклами є цілеспрямований вплив на громадську думку. До цього явища науковці ставляться по-різному. Дехто вважає, що функції реклами як соціальної системи негативно впливають на ціннісно-нормативну систему та спосіб життя населення, дехто заперечує цю думку й наголошує на позитивному впливі реклами на економічну, політичну й соціальну культуру [1; 3; 4]. Уважаємо, що на сьогодні роль політичної реклами в житті українського суспільства є вкрай важливою, адже вона не лише впливає на свідомість громадян, а й надає підтримки, упевненості, віри в перемогу українського народу в цей нелегкий для країни час.

Досліджуючи роль політичної реклами в суспільстві, А. Ковеленко виокремлює такі її особливості: 1) безперервність і частота дій; 2) конкретність; 3) диференційованість; 4) охоплення аудиторії [6, с. 7–8]. Погоджуємося з дослідницею й вважаємо, що варто додати ще й таку особливість, як залежність від часу та місця подій.

У тексті політичної реклами кожне слово несе велике семантичне й аксіологічне навантаження, тому під час вивчення мовних засобів реклами насамперед слід звертати увагу на властивості лексики, що використовують у таких текстах.

Найбільш прагматичний потенціал мають частотні слова. У текстах політичної реклами можна вирізнити такі групи найбільш уживаних лексичних одиниць: 1) політична лексика; 2) оцінювальна лексика; 3) експресивна лексика.

Різновидом політичної реклами вважаємо *сучасні рекламні тексти патріотичного спрямування*, презентовані на білбордах різних регіонів нашої країни, які не лише впливають на культуру різних соціальних вікових і професійних груп, а й яскраво передають сьогоденні події, що розгорнулися на території України під час воєнної російської агресії, а також ставлення до них українських громадян і безпрецедентну віру в перемогу української держави.

Під час вивчення одиниць політичного тезауруса, М. Епштейн наголошував: «...у їхньому лексичному значенні семантичний аспект – співвідношення слова до явища, яке воно позначає – нерозривно пов'язане з прагматичним аспектом – співвідношення промовця до предмета

повідомлення... Вони мають широкі текстотворювальні можливості, дуже місткі щодо змісту», тобто «увібрали контекст (чи прагматичну ситуацію) до ядра свого лексичного змісту» [5, с. 19–33.]

Аналізовані конструкції за структурою можна покласифікувати на такі види:

1) конструкції-слова, пор.: *Сміливість* (м. Київ); *Воля* (м. Черкаси, м. Бровари, м. Миколаїв); *Дякуємо!* (м. Київ); *Із поверненням* (Харківська область);

2) конструкції-речення, пор.: *Боритесь – поборете* (м. Черкаси); *Вільні люди зроблені в Україні* (м. Черкаси); *Дякуємо нашим захисникам!* (м. Кривий Ріг); *Лиш боротись – значить жити!* (м. Івано-Франківськ); *Одвага наша – меч політичній кров'ю* (м. Івано-Франківськ); *Сміливість – прихистити як рідних!* (м. Хмельницький);

3) конструкції-висловлення, пор.: *Україна переможе! Харків – місто герой!* (м. Київ); *Я чекаю тебе під моїми каштанами. З мене торт. Твій Київ* (м. Київ); *Віримо у збройні сили України! Слава Україні! Героям слава!* (м. Тернопіль); *Хлопці, ви – космос! Україна з вами!* (м. Черкаси); *Харків, приймаємо ваших. Тримаймося!* (м. Львів, м. Івано-Франківськ);

4) конструкції-графічні репрезенти: пор.: *4.5.0* (м. Харків, м. Тернопіль, м. Полтава, м. Кременчук, м. Львів, м. Кривий Ріг, м. Дніпро).

У нашому дослідженні пропонуємо звернути окрему увагу на семантичну організацію сучасних патріотичних рекламних текстів, оскільки вона повно й глибоко передає різні емоції й почуття громадян України. Семантичне ранжування розглянутих одиниць зазвичай полягає в розмежуванні їх на такі, що передають різні емоції й почуття мовця, а також на такі, що виражають волевиявлення (наказ, розпорядження, заохочення тощо). Водночас події, що розгорнулися на території України через військову російську агресію, вплинули на думки й почуття українських громадян і, як наслідок, з'явилися нові лозунги на рекламних білбордах, що значно відрізняються від усіх попередніх, зокрема такі, що містять у собі інформацію, яка є ідентифікатором власне українського народу.

Фактичний матеріал дав змогу диференціювати конструкції, що відображають сучасну патріотичну рекламу на білбордах, на такі семантичні групи:

1) конструкції, які передають гордість, захоплення, пор.: *Сміливість має два кольори* (м. Черкаси); *Україна – це ти!* (м. Луцьк); *Ми – українці! Це наша земля!* (м. Кривий Ріг); *Ми разом, ми – харків'яни!* (м. Харків); *Моє ім'я – Україна* (м. Черкаси, м. Кропивницький, м. Харків, м. Луцьк);

2) конструкції, що містять слова подяки, пор.: *Харків, спасибі!* (м. Івано-Франківськ); *Дякуємо захисникам Харкова!* (м. Львів); *Дякуємо!* (м. Київ, м. Кривий Ріг, м. Полтава);

3) конструкції, що передають рішучість, упевненість, пор.: *Місто готове до перемоги! Перемога буде за нами!* (м. Кривий Ріг); *Життя переможе!* (м. Дніпро); *Разом переможемо! Ми на своїй Богом даній землі* (м. Тернопіль); *Україна переможе!* (м. Буча, Київ; Ірпінь); *Разом ми зможемо все і навіть більше* (м. Кропивницький);

4) конструкції, що передають спонукання, заклик, пор.: *Зберігайте спокій, не панікуйте! Усе буде Україна!* (м. Кривий Ріг); *Єднаймося заради перемоги! Усе буде Україна!* (м. Дніпро); *За волю!* (м. Тернопіль); *Ми працюємо та вас закликаємо* (м. Черкаси); *На що ти готовий заради окупантів?* (м. Київ); *Відстоїмо рідне місто! Слава Україні!* (м. Кривий Ріг); *Збережемо Україну разом!* (м. Черкаси, м. Кропивницький, м. Полтава); *Мирного неба нашим дітям!* (м. Кропивницький);

5) конструкції із значенням наказу, пор.: *Руський солдате! Повертайся додому поки живий!* (м. Миколаїв); *Руський солдате, читай і знай! Україна – це партизани! Херсон – це Україна!* (Херсонська область);

6) конструкції на привертання уваги, пор.: *Сміливість* (м. Київ); *Воля* (м. Черкаси, м. Бровари, м. Миколаїв); *Руський солдате! Замість квітів на тебе чекають кулі!* (м. Миколаїв, м. Дніпро, м. Черкаси);

7) конструкції, що містять іронію, пор.: *Руський воєнний корабель, ну що, ти дійшов?* (м. Дніпро, м. Кривий Ріг, м. Тернопіль, м. Черкаси);

8) конструкції-звернення до Бога пор.: *Боже, врятуй Україну! Ти нас прости – милість свою нам яви!* (м. Кривий Ріг); *Господь, дай силу нашим воїнам* (м. Тернопіль); *Христос Воскрес! Воскресне Україна! З Богом переможемо* (м. Черкаси); *Боже, бережи Україну та весь світ!* (м. Черкаси); *Хто за нас? Бог за нас!* (м. Кропивницький);

9) конструкції, що містять слова підтримки, пор.: *Бердянськ – це Україна* (м. Кривий Ріг, м. Черкаси, м. Івано-Франківськ); *Херсон – це Україна* (м. Черкаси, м. Івано-Франківськ, м. Тернопіль, м. Київ, м. Бровари); *Мелітополь – це Україна* (м. Черкаси, м. Івано-Франківськ, м. Львів, м. Дніпро);

10) конструкції, що закликають до спілкування виключно державною мовою, пор.: *Ми здобудемо перемогу! Мова – теж зброя! Долучайтеся!*

Розмовляйте українською! (м. Кропивницький); *Тут Україна! Шановні! Прохання розмовляти виключно українською! Не знаєте – вчить! Для нас є різниця!* (м. Львів); *Шановні переселенці, тут Україна! І ми розмовляємо виключно українською! Не знаєте – вчить!* (м. Луцьк); *Війна змінила все! «Ні» мові окупанта!* (м. Кропивницький); *Мова – теж зброя! Долучайтеся! Розмовляйте українською!* (м. Луцьк, м. Львів); *Дорогі українці, які перейшли на українську мову! Ви не смішні, ви круті!* (м. Кривий Ріг); *Переходь на українську! Ти зможеш! Українська – це круто!* (м. Кропивницький);

11) конструкції, що вказують на ідентифікатор української нації, пор.: *Єдність – наш фундамент!* (м. Львів, м. Київ, м. Кропивницький); *Ми на своїй землі! За нами правда, за нами перемога!* (м. Львів); *Моє ім'я – Україна* (м. Львів, м. Тернопіль, м. Дніпро, м. Кропивницький, м. Черкаси); *Сміливість – бути українкою* (м. Кривий Ріг); *Вільні люди зроблені в Україні* (м. Кривий Ріг); *Ми незламні, ми могутні, ми – українці!* (м. Черкаси);

12) конструкції-політичні топоніми, пор.: *Кривий Ріг в надійних руках* (м. Кривий Ріг); *Кривий Ріг – це Україна!* (м. Кривий Ріг); *Бердянськ – це Україна* (м. Полтава, м. Кривий Ріг, м. Львів, м. Тернопіль, м. Черкаси); *Херсон – це Україна* (м. Полтава, м. Кривий Ріг, м. Львів, м. Тернопіль, м. Черкаси); *Черкаси будуть чинити опір* (м. Черкаси); *Я чекаю тебе під моїми каштанами. З мене торт. Твій Київ* (м. Київ); *Дякуємо захисникам Харкова! Ми разом, ми – харків'яни!* (м. Харків); *Харків, приймаємо ваших. Тримаймося!* (м. Львів, м. Івано-Франківськ); *Маріуполь, приймаємо ваших. Тримаймося!* (м. Львів, м. Івано-Франківськ); *Україна переможе! Буча – місто-герой!* (м. Буча, м. Кропивницький, м. Черкаси);

13) конструкції, що констатують віру у Збройні Сили України, пор.: *Хлопці – ви найкращі!* (м. Київ, м. Харків, м. Кропивницький, м. Івано-Франківськ); *Вірю в ЗСУ!* (м. Черкаси, м. Полтава, м. Кропивницький, м. Буча, м. Київ,

м. Харків); *Слава Збройним Силам України та всім захисникам!* (м. Кропивницький, м. Черкаси, м. Полтава) *Хлопці, ви – космос! Україна з вами!* (м. Черкаси) тощо.

Окремої уваги заслуговують мовні одиниці, що містять рядки творів відомих українських письменників: *Згинуть наші вороженьки, як роса на сонці* (м. Тернопіль); *Боріться – побороете, вам бог помагає!* (м. Тернопіль, м. Черкаси, м. Івано-Франківськ); *В ріднім краю панувати не дамо нікому* (м. Львів); *Лиш боротись – значить жити!* (м. Івано-Франківськ); *Одвага наша – меч політичній кров'ю* (м. Івано-Франківськ).

Ще одним важливим прикладом, який знаходиться за межами зазначених семантичних груп, є конструкція-графічний репрезент, що закликає до спокою, пор.: 4.5.0.* (*Усе спокійно (військовий сленг)) (м. Харків, м. Тернопіль, м. Полтава, м. Кременчук, м. Львів, м. Кривий Ріг, м. Дніпро).

Необхідно зацентувати й на тому, що українську державу в боротьбі з російською агресією підтримує більшість країн світу. Підтвердженням цього є гасла на підтримку українського народу на білбордах міст Європи та США, пор.: *Be brave like Ukraine* (м. Торонто, м. Нью-Йорк); *Warszawa solidarna z Ukraina* (м. Варшава); *Jesteśm z wami* (м. Варшава); *Stand for Ukraine* (м. Бонн) тощо.

Висновки і пропозиції. Дослідження показує, що політичний рекламний дискурс належить до одного із способів вираження загальнокультурних норм, саме в ньому вияскравлена українська національна специфіка. Розгляданий матеріал дає змогу вирізнити тринадцять лексико-семантичних груп мовних одиниць патріотичних рекламних текстів. Водночас ця класифікація є невичерпною, адже щодня з'являються нові конструкції, що презентують політичну волю громадян нашої держави та їхнє ставлення до воєнної російської агресії. Надалі плануємо більш глибоко дослідити структурні й функційні особливості мовних одиниць патріотичної рекламної продукції різних українських регіонів.

Список літератури:

1. Беренеева Є. Історія розвитку соціальної реклами в незалежній Україні як передумова формуванню тенденцій розвитку соціальної реклами. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 733–737.
2. Войтович Н. Правові, етичні та соціально-психологічні аспекти політичної реклами як складової соціальної комунікації. Дис... канд. н. із соц. ком. за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Дніпро, 2021. С. 7–8. 259 с.
3. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270-96. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39. Ст. 181. (URL : https://zakononline.com.ua/documents/show/169958_592255).
4. Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. Ст. 650 (URL : <http://www.otei.odessa.ua/wp-content/uploads/2017/10/ua055uk.pdf>).

5. Епштейн М. Идеология и язык. (Построение модели и осмысление дискурса). *Вопросы языкознания*. 1991. № 6. С. 19–33.
6. Ковалевська А. Метамодель лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів. Автореф. дис. ... канд. філол. н. за спеціальністю 10.02.01 – українська мова. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2011 р. 27 с.
7. Мариненко І. Лексико-семантичні особливості сучасної політичної реклами. *Наукові записки. Серія: філологія (мовознавство)*. Випуск 118. Кіровоград, 2013. С. 117–122.
8. Мельничук О. Словник іншомовних слів. Київ : Укр. рад. енциклопедія. 1975. 766 с.
9. Музикант В. Теорія і практика сучасної реклами. Київ : МЭО, 2007. 312 с.
10. Ромат Є. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю в перехідних умовах. Київ : НАДУ, 2003. 235 с.
11. Станкевич Ю. Мовні сугестогени в текстах політичної реклами. Автореф. дис. ... канд. філол. наук за спеціальністю 10.02.01 – українська мова. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2011. 22 с.
12. Удріс Н. Роль української реклами у вирішенні загальнодержавних завдань в культурній сфері. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць*. Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2001. С. 359–363.
13. Щепка О. Особливості мовної організації слогана української політичної реклами. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*. Том 30 (69). № 3. Ч. 1. 2019. С. 74–78.
14. Яненко Я. Реклама як феномен української культури. *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ. Збірник матеріалів Третьої міжнародної наукової Інтернет-конференції з україністики*. – Verlag Otto Sagner. – Munchen – Berlin – Washington, 2013. С. 922–930.
15. Smith V. Interkulturelle Werbung in Wort und Bild – Grenzen der Übersetzbarkeit *Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich*. Frankfurt /M. : Lang, 2008. S. 211–228.

Novikova O. O., Sabelnykova T. M. LEXICAL-SEMANTIC ORGANIZATION OF THE TEXTS OF MODERN POLITICAL COMMERCIALS

The article analyses the lexical-semantic organization of the texts of modern political commercials. In the study, «commercials» are defined as special information about a certain person / product / service / idea, provided for the purpose of informing and purposefully influencing a certain group of people. We consider political advertising to be a system of communications designed to change the consciousness and behaviour of people in accordance with the political goals of the advertiser (political parties, movements, leaders, etc.). The purpose of political advertising is the targeted influence on public opinion. The attention is focused on the study of the texts of modern political commercials recorded on visual structures such as banners, billboards, posters, scrollers, which not only express the will and attitude of Ukrainian citizens towards russian military aggression today, but also provide support, confidence, faith to the victory of the Ukrainian people in these difficult times.

It is suggested to address to the semantic organization of modern patriotic advertising texts, as it fully and deeply conveys the various emotions and feelings of the citizens of Ukraine. The factual material made it possible to differentiate constructions reflecting modern patriotic commercials on billboards into thirty lexical-semantic groups. The most used constructions are those that convey pride and admiration for one's country; speech units conveying motivation, a call to action. Advertising texts that indicate the identity of the Ukrainian nation, in particular, those calling for communication exclusively in the Ukrainian language, have also become actively used. Those that indicate character traits, emphasizing that they are characteristic of Ukrainians; constructions-political toponyms, etc. The attention is focused on constructions that are outside the specified semantic groups – graphic representations that call for calm. Particular attention was paid to foreign language units – slogans in support of the Ukrainian people on billboards in European and American cities.

Key words: political commercials, text, language constructions, semantic organization, lexical-semantic groups.

Пахненко І. І.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Телетова С. Г.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ФЕНОМЕН ПРЕЦЕДЕНТНОСТІ В АНЕКДОТАХ ТА ЖАРТАХ

У статті розглядається специфіка функціонування прецедентних ресурсів у гумористичному дискурсі, аналізуються особливості реалізації прецедентності в межах таких малих комічних жанрів, як анекдоти та жарти, виявляється прагматичний потенціал досліджуваних одиниць, задіяних у реалізації комічних інтенцій у мовленнєвих творах цього типу, з'ясовуються джерела різних видів прецедентних феноменів, що використовуються в сучасному анекдотичному корпусі. Зазначається, що в текстах сучасних анекдотів прецеденти є не тільки досить поширеним засобом створення комічного ефекту, а й виконують аллюзійну, інформативну, композиційну, текстотвірну та ігрову функції.

Встановлено, що активно в анекдотах обіграється прецедентна ситуація – реальна, казкова, біблійна, міфологічна. Сучасні анекдоти найчастіше відсилають до реальних (соціальних, політичних, культурних, історичних) ситуацій, що набули широкого резонансу в суспільстві й легко впізнаються мовною особистістю. Як правило, такі анекдоти мають розважально-викривальний характер.

Широко використовуються в анекдотах різні прецедентні імена. При розгляді цих феноменів акцентується увага на тому, що для адекватного сприйняття анекдоту з онімом-прецедентом, який є смисловим центром, «сильною позицією» анекдотичного тексту, потрібні фонові знання.

Продуктивними одиницями в анекдотах є й висловлювання-цитати з добре відомих текстів та різних культурних референтів. Доведено, що комічний ефект при цьому досягається за рахунок низки прийомів, а саме: вживання прецедентних висловлювань у буквальному (прямому) значенні; створення обрамлюючої конструкції; поєднання з іншим прецедентом, який мотивує використання паремійного чи фразеологічного висловлювання; трансформації прецедентних виразів.

Окремо виділяються анекдотичні референти, що будуються на асоціації з певними прецедентними висловами та образами, які не введено в текст, але знання яких є основою для адекватного сприйняття анекдоту.

На завершення зроблено висновок про системний характер функціонування досліджуваних одиниць в анекдотичному дискурсі. Поширеність прецедентів у текстах анекдотів пояснюється їх значним комунікативно-прагматичним потенціалом, здатністю створювати асоціативні паралелі, посилювати емоційність тексту, активізувати інтелектуальний досвід реципієнта.

Ключові слова: феномен прецедентності, інтертекстуальність, прецедентні одиниці, малі комічні жанри, анекдот, жарт, комічний ефект.

Постановка проблеми. Однією з актуальних проблем, на якій все частіше концентрують свою увагу лінгвісти, є вивчення інтертекстуальних зв'язків різних типів дискурсу [1]. У текстовій площині інтертекстуальність реалізується, зокрема, у формі аллюзій, ремінісценцій, прецедентних феноменів тощо [2, с. 106]. Кількість прецедентних одиниць, що використовуються в сучасних текстах, постійно зростає, у мовлення входять нові прецедентні імена, які є ціннісно значущими для даного покоління носіїв мови й відображають специфіку соціокультурної ситуації сьогодення,

а отже, виступають індикаторами тих змін, що відбуваються у суспільстві, його духовній культурі. Систематизація прецедентних ресурсів, що виступають елементами когнітивної бази мови, детальний аналіз особливостей функціонування різних прецедентних явищ у сучасному мовленні дозволить розширити уявлення про трансформації у сфері лінгвокультурної компетенції народу, його мовної соціалізації.

У контексті сказаного важливої ваги набуває вивчення ролі та місця прецедентних одиниць у малих комічних творах, зокрема в анекдотах та

жартах, адже динамічність сучасної епохи детермінує розквіт саме малих мовленнєвих жанрів, що характеризуються лапідарністю, стислістю стилу, концентрованістю висловлювання думки. «Домінантною категорією тексту анекдоту є його мінімалізм, що проявляється у всьому: у виборі деталей, кількості героїв, лаконічності форми, обсязі композиційних складових» [4, с. 149]. Ця ознака анекдотичних текстів є «стимулом» (мотивом) для використання в них прецедентів, сутність яких відповідає принципу «сказавши мало, сказати багато». Отже, «у використанні прецедентних феноменів як текстотвірного засобу анекдоту реалізується один із законів функціонування мови – закон економії мовленнєвих зусиль» [6, с. 189].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Феномен прецедентності є об'єктом досліджень у різних галузях філології, зокрема в лінгвістиці, літературознавстві, семіотиці, культурології, фольклористиці, етнології тощо. Зазначеній проблемі присвячені праці таких зарубіжних і вітчизняних науковців, як Н. Босак, Г. Гудков, В. Дмитренко, І. Захаренко, О. Ільченко, Ю. Караулов, В. Красних, О. Селіванова та ін. У публікаціях цих та інших авторів визначається статус прецедентних одиниць, критерії їх типології (С. Лазаренко, І. Михальова, О. Назаренко, Г. Слишкін, Ю. Сорокін та ін.), функції в різних типах дискурсу (Ю. Гунько, Є. Михайлова, С. Сметаніна), психологічні особливості сприйняття прецедентного тексту (Н. Бурвікова, Л. Гриценко, В. Костомаров) тощо. Посилення інтересу мовознавців до тенденцій використання прецедентних ресурсів свідчить про актуальність цього питання. Проте ілюстративним матеріалом для дослідження явища прецедентності слугували переважно художні та публіцистичні тексти, а особливості вживання прецедентів у гумористичному дискурсі описані недостатньо. Виявлення специфіки функціонування прецедентних феноменів на матеріалі анекдотів відкриває можливість уточнити типологію даних засобів, доповнити теорію прецедентності науковими розвідками щодо джерел різних видів прецедентних елементів, їх інформаційного та емоційно-експресивного потенціалу в малих «сміхових» жанрах.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в комплексному аналізі феномена прецедентності в гумористичному дискурсі, визначенні місця прецедентних одиниць у структурі тексту анекдоту та їх ролі у створенні комічного ефекту.

Виклад основного матеріалу. У вивченні прецедентності існує два підходи – вузький (Г. Гуд-

ков, Ю. Караулов, Є. Нахімова та ін.) та широкий (О. Супрун, Ю. Прохоров, С. Лазаренко, О. Назаренко). Відповідно, даються й різні визначення даного феномена. Для нашого дослідження релевантним є широке тлумачення прецедентності, згідно з яким прецедентні явища розглядаються як одиниці не тільки когнітивного, а й комунікативного рівня. У такому контексті прецедентний феномен трактується як «компонент знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний і використаний у когнітивному й комунікативному плані» [7, с. 492–493].

С. Лазаренко та О. Назаренко також дають широку дефініцію прецедентів, визначаючи їх як «інтертекстуальні елементи, що мають надособистісний / масовий характер, неодноразово відтворюються в мовленні, викликають різноманітні асоціації між текстом-донором (прототекстом) і текстом-реципієнтом, надаючи останньому нових / додаткових смислів [3, с. 73]. Автори звертають увагу на те, що типи прецедентних феноменів для текстів різної жанрово-стильової належності є різними. Отже, визначимо спектр та функціональну специфіку прецедентних засобів, що використовуються в анекдотичному дискурсі.

Аналіз фактичного матеріалу дає підстави стверджувати, що у текстах анекдотів прецеденти відіграють специфічну текстотвірну роль. Крім того, вони виконують інформативну та ігрову функцію, тісно пов'язану з емоційною. «Гра з прецедентами в анекдоті створює певну «загадку», відгадування якої приносить реципієнту певне задоволення» [6, с. 186].

Прецеденті одиниці є продуктивним інструментом у реалізації комічного ефекту. Засобом створення комічного в анекдотичних текстах може бути обігравання прецедентної ситуації – реальної, казкової, біблійної, міфологічної. Сучасні анекдоти найчастіше відсилають до реальних (соціальних, політичних, культурних, історичних) ситуацій, що набули широкого резонансу в суспільстві й легко впізнаються мовною особистістю. Як правило, такі анекдоти мають розважально-викривальний характер. Наприклад: *Собака митника швидше навчився брати на лапу, ніж давати лапу* (висміюється корупція на митниці); *Тільки одесити під приводом «Мені тільки спитати» минають чистилище й потрапляють до раю* (обіграється ситуація, коли люди намагаються пройти швидко, без черги, до якоїсь установи, використовуючи фразу, введenu в текст даного анекдоту); *Хлопчик одержав на день народження не те, що*

хотів, тому зі стільця він сказав не те, що вчив (відсилання до ситуації, коли люблячі батьки під час сімейних свят ставлять свою дитину на стілець (часто без її волі), щоб вона продемонструвала гостям «свої досягнення» в декламації віршів, співі).

Для посилення комічно-викривального ефекту поряд із прецедентною ситуацією в тексті анекдоту нерідко паралельно використовуються інші прецедентні одиниці. Так, серед вищенаведених прикладів у першому випадку це стилістично забарвлений вираз *брати на лапу*, у другому – ідея чистилища в католицькій церковній традиції та уявлення про рай, яке сформувалося під впливом релігійно-філософських образів.

Анекдоти можуть відсилати й до літературних, біблійних, міфологічних сюжетів, знання яких забезпечує збіг комунікативних намірів відправника інформації та її одержувача. «Лінгвокогнітивний репертуар текстів жартів та анекдотів становлять переважно канонізовані прецедентні феномени, джерелами яких є класичні твори літератури, мистецтва, науки» [5, с. 812]. Наприклад: *Принц дивився на кришталеву туфлю 43-го розміру й поступово холодів усередині* (використовується ситуація з казки Ш. Перро «Попелюшка», коли принц знайшов на сходах королівського палацу маленький кришталевий черевичок, загублений Попелюшкою, що тікала з балу); *Принцеса на горошині потрапила в казку через ліжко* (апелювання до ситуації з казки Г. Х. Андерсена «Принцеса на горошині»: щоб переконатися, чи справжня принцеса випадково опинилася в королівському будинку, стара королева поклала на дошки горошину, а потім накрила її двадцятьма матрацами та двадцятьма перинами й на цьому ліжку поклала на ніч принцесу, яка й відчула горошину); *Перш ніж поїхати у від'їждження, мій чоловік провів зі мною профілактичну роботу: зводив на «Отелло»* («Отелло» – трагедійна п'єса У. Шекспіра про вбивство мавром люблячої та вірної дружини, у зраді якої переконують полководця його вороги); – *У мене є чотири сина: інженер, вчений, філософ і злодій. – Так чому ти не виженеш злодія з дому? – Не можу, він єдиний, хто заробляє, решта – безробітні* (використовується казковий сюжет (в анекдоті він трансформований) про трьох синів у батька, один з яких – невдаха); – *Як ти думаєш, чим харчувався Ной у ковчезі? – Мабуть, рибалив. – Ну, з двома черв'яками багато не нарибалиш* (обіграється біблійна розповідь про корабель, побудований за божою вказівкою для порятунку Ноя, його

родини, тварин; при цьому Бог дав наказ Ною взяти на борт ковчеза по сім пар «чистих» тварин і по дві пари «нечистих»).

Широко використовуються в анекдотах різні прецедентні імена (оніми):

1) антропоніми (імена історичних і політичних діячів, видатних учених, діячів культури та мистецтва, фольклорних і літературних персонажів, теоніми, міфоніми тощо): – *Тату, а як звали тещу Адама? – У нього не було теці, синку... Він жив у раю!; – Холмсе! Чому ці люди біжать перед нашою машиною? – Це ж елементарно, Ватсоне! Ви вже півгодини їдете тротуаром; Зустрічаються Рабинович та Якобсон. – Ти знаєш, хто був Ісаак Левітан? – запитує Рабинович. – Ні, – відповідає Якобсон. – А хто був Авраам Лінкольн? – Теж не знаю. – А я знаю, – гордо заявляє Рабинович. – Тому що я щовечора ходжу то на лекцію, то до музею. – Молодець... А ось ти знаєш, хто такий Мойша Львович? – Ні. А хто він? – А це той, хто ходить до твоєї дружини, поки ти вештаєшся то на лекцію, то до музею;*

2) топоніми (назви країн, населених пунктів, будь-яких територій, місцевостей тощо): *Студент пише листа: Папа, вишли трошки грошей. І на конверті адреса: Італія, Ватикан, Папі!!!; – Скажіть, будь ласка, де ви шили свій костюм? – В Парижі. – Це далеко від Одеси? – Дві тисячі кілометрів. – Дивіться, така глухомань, і як шийють!; – Куди ми поїдемо на свята? – Якщо сусід віддасть гроші, то в Буковель. – А якщо не віддасть? – Тоді до сусіда!;*

3) годоніми (назви вулиць): *А це є таке львівське диво: це коли ти їдеши маршруткою з Левандівки в центр, а твій телефон і гаманець виходять ще на Привокзальній;*

4) ороніми (назви гір та гірських хребтів): – *Ми будемо судити тебе за законами гір. – Згоден, вибираю швейцарські Альпи;*

5) гідроніми (назви річок, озер, морів, океанів та інших водних об'єктів): – *Тату, а Тихий океан справді тихий? – Ти що не можеш складніше питання поставити?! – Гарзд... Тоді скажи, коли померло Мертве море?; Екскурсовод: «Якщо пані на хвилинку замовкнеть, можна буде почути страшний гуркіт Ніагарського водоспаду»;*

6) ергоніми (власні назви організацій, установ, закладів, магазинів, фірм тощо): *Зайшла поколядувати в Приватбанк. Вигнали... Зовсім традиції не дотримуються...;*

7) порейоніми (власні назви транспортних засобів): *На 69-й сторінці інструкції з експлуа-*

тації автомобіля «Запорожець» є розклад руху автобусів; – Галю, ну що тобі чоловік на ювілей подарував? – Бачиш ту червону «Фераррі»? – Та годі! – Ось такого ж кольору рукавички;

8) товароніми (власні назви предметів): Спати на спині шкідливо для легень, спати на животі шкідливо для кишківника, спати на лівому боці шкідливо для серця, спати на правому боці шкідливо для печінки. Журнал «Здоров'я» бажає вам приємних снів!;

9) біблійніми (назви художніх, публіцистичних та наукових творів): Я раніше не розумів, чому в «Гаррі Поттері» магичний світ не може об'єднатися і перемогти Волондеморта, а зараз дивлюсь на деякі країни Європи і гарно розумію!

Для адекватного сприйняття анекдоту з прецедентним онімом, що є смисловим центром, «сильною позицією» анекдотичного тексту, потрібні фонові знання. Так, для «правильної» інтерпретації наведеного далі анекдоту достатньо навіть поверхових уявлень про «вартість» Бруклінського мосту, що будувався чотирнадцять років і довгий час був найдовшим підвісним мостом у світі та першим мостом, у конструкції якого були задіяні сталеві стропи: – Абраме, я чув, Ви робите собі зуби. То скільки Вам коштував ваш шикарний міст? – Ой, що Вам сказати, Бруклінський міст мені б обійшовся дешевше. Ще приклад: І до хороших новин: Ціна на метро у Львові цього року зростати не буде. Щоб зрозуміти цей жарт, слухачеві потрібно знати, що у Львові немає метро, а отже, і ціна на нього змінитися не може.

Продуктивними прецедентами в анекдотах є й висловлювання-цитати з добре відомих текстів та різних культурних феноменів – паремійного та фразеологічного фондів мови (переважна більшість), кіно-, теле-, мультфільмів, музичних творів, реклами, телешоу тощо.

Комічний ефект при цьому досягається за рахунок низки прийомів:

а) вживання прецедентних висловлювань у буквальному (прямому) значенні: Начальник звертається до колективу: – Чому сидите та нічого не робите? – А все, що не робиться, – на краще!; Якщо на вас впало яблуко – тікайте! Яблуна від яблука недалеко падає... У наведених прикладах спостерігаємо імпліцитну омонімію вільного словосполучення та фразеологізму, за рахунок якої й досягається комічна двозначність;

б) створення обрамлюючої конструкції, в якій одну сильну (ініціальну) позицію займає паремійне висловлювання, другу (кінцеву) – речення з лексемами у вільному значенні: Сара запи-

тує Абрама, що означає прислів'я «Хто рано встає, тому Бог дає». Вирішили перевірити. Одягнувся Абрам у гарний костюм, одягнув нові туфлі та вийшов о 5 ранку надвір. Тільки за рік зайшов, його розділи до трусів, та ще й побили. У такому вигляді він повернувся додому. Сара в жаху: – Абраме, що таке?! – Хтось встав раніше за мене!;

в) вживання з іншим прецедентним феноменом, який мотивує використання паремійного чи фразеологічного висловлювання, при цьому між прецедентами спостерігається певний (лінгвістичний або екстралінгвістичний) зв'язок, завдяки якому і створюється комічний ефект: На хвили обвалу акцій Apple: а казали, що яблуку ніде власти! (назва всесвітньо відомої американської корпорації походить від англ. *apple* («яблуко»), зображення яблука використано в логотипі компанії);

г) трансформації прецедентних виразів: Дайте мені батіг, і з його допомогою я сам здобуду собі пряник (порівняйте: метод батога й пряника – метод поєднання різних (негативних та позитивних) способів впливу чи стимулювання); В автобусі. Чоловік звертається до того, хто стоїть попереду: – Ви виходите?! – Ні. – Я не питаю. Я попереджаю! (порівняйте: Я не лякаю, я попереджаю); Прийшов на роботу, сів і сиди не покладаючи рук (порівняйте: працювати не покладаючи рук); Я чесний, але дуже сором'язливий. Тому я завжди думаю людям правду в обличчя (порівняйте: говорити правду в обличчя). Потрапляючи в новий, часто несподіваний контекст, прецедентні вирази підсилюють комічний ефект.

Введенню прецедентного висловлювання (у початковій або трансформованій формі) в анекдотичний текст можуть передувати одиниці, на основі яких одержувач комічної інформації має можливість «передбачити» той чи інший прецедентний вислів. Такими одиницями є окремі слова, словосполучення, предикативні конструкції, що «окреслюють» певну ситуацію, тощо. За рахунок цього досягається цілісність тексту анекдоту: – У спортзал щопонеділка не ходжу. – А чому? – Розумієш, багато людей щопонеділка починають нове життя, тому я приходжу у вівторок – нове життя у них вже закінчилось, і в залі порожньо (порівняйте: «Почну з понеділка» – це класична фраза, яка знайома всім, хто хоч раз давав собі обіцянку не лінуватися й щось поміняти в своєму житті, сформувати нові корисні звички та розпрощатися зі старими, проте далі планів це практично ніколи не заходить). Цю ж прецедентну

фразу зафіксовано й в іншому анекдотичному тексті: – *Доню, ми з понеділка починаємо нове життя! Я почну худнути, тато кидає палити. А ти? – Я можу кинути школу...* Як бачимо, один і той самий прецедентний вираз може, зазнаючи різноманітних трансформацій (лексичних, грама-тичних тощо), зустрічатися в кількох анекдотах, але, незважаючи на ті чи інші зміни, він залишається пізнаваним, чим і забезпечується його здатність виконувати текстотвірну функцію.

Анекдотичний текст може викликати асоціацію з певним прецедентним висловом – саме з тим, що знаходиться в когнітивній базі одержувача інформації. Саме ж висловлювання не використовується в тексті анекдоту. Наприклад, наведений нижче анекдот може асоціюватися з такими виразами, як *«Що у тверезого на умі, те у п'яного на язичі»; «П'яного за язик не втримаєш»; «Чого тверезий не скаже, те п'яний розв'яже»: – Нещодавно чув, що цього року з'явиться новий пристрій, який здатний перетворювати думки на мову. – Подумаєш, він у мене давно є – називається алкоголь.*

Анекдот може будуватися й на асоціації з прецедентним образом, який теж не введено в текст, але знання якого є основою для адекватного сприйняття анекдотичного референта: *Дівчина в автобусі говорить по телефону: – Так, я до Вас приблизно через годину приїду ... Напевно, краще, щоб Ви мене зустріли. Як Ви мене впізнасте? Ну, я висока, струнка дівчина. На мені вдягнене чорне пальто, чорна спідниця. Чоботи чорні, сумка ... Загалом, вся в чорному. І з косою. У розмові настає довга пауза. Мовчання затягується, і дівчина додає: – Коса – це зачіска така (одержувачу цієї анекдотичної інформації для правильного її розуміння необхідно мати у своїй «когнітивній уяві» образ смерті у вигляді певної фізичної істоти).*

Отже, як бачимо, в анекдотах зазвичай використовуються такі прецедентні феномени, які можуть легко дешифруватися реципієнтом, входять до його активного тезаурусу.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз мовного матеріалу дозволив дійти висновку про системний характер функціонування прецедентних одиниць в анекдотичному дискурсі. Поширеність прецедентів у текстах анекдотів та жартів пояснюється відповідністю даних засобів принципу економії мовленнєвих ресурсів, мінімалізму, характерному для цих малих «сміхових» жанрів. Прецедентні феномени мають значний комунікативно-прагматичний потенціал, здатні вибудовувати асоціативні паралелі, посилювати емоційність тексту, активізувати інтелектуальний досвід реципієнта.

Засобом створення комічного в анекдотичних текстах може бути обігрування прецедентної ситуації, літературних, біблійних, міфологічних сюжетів, цитат з добре відомих текстів та різних культурних феноменів, різних ономастичних рядів лексики.

Для підсилення комічного ефекту в анекдотах та жартах використовуються різні прийоми: імпліцитна омонімія вільного словосполучення та фразеологізму, їх паралельне вживання, введення іншого прецедентного феномена, пов'язаного певним чином з даним паремійним висловлюванням, трансформація прецедентних виразів тощо. Використання даних засобів та прийомів несе певне семантико-стилістичне навантаження, що позначається на тих функціях, які прецеденти виконують в анекдотичних текстах. Це інформативна функція, текстотвірна, композиційна, алюзійна, ігрова, експресивна, функція створення комічного ефекту тощо.

Список літератури:

1. Ільченко О. А. Інтертекстуальність і прецедентність в україномовних ЗМІ початку ХХІ ст. (на матеріалі метафоричних словосполучень). *Лінгвістичні дослідження* : зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. 2013. Вип. 35. С. 155–160.
2. Каленич В. М. Інтертекстуальність у сучасному медіадискурсі. *Modern researches in philological sciences* : collective monograph. Riga : Izdevniecība «Baltija Publishing», 2020. С. 102–117.
3. Лазаренко С. В., Назаренко О. М. Типологія прецедентних феноменів сучасного українського публіцистичного тексту: соціокультурний вимір. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70). № 1. Ч. 1. С. 72–77.
4. Пахненко І. І., Телетова С. Г. Языковая игра как средство организации лингвистического анекдота. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Філологія / гол. ред. О. Г. Павленко*. Маріуполь : МДУ, 2019. Вип. 21. С. 147–157.
5. Пахненко І. І., Телетова С. Г. Способы и средства вербализации комического в жанре анекдота. *Perspectives of word science and education* : abstracts of the 3rd International scientific and practical conference. Osaka : CPN Publishing Group, 2019. Pp. 806–813. URL: <http://sci-conf.com.ua>

6. Рубинина А. С. Прецедентный феномен как средство создания комического эффекта в современных анекдотах. *Життя, присвячене Слову* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Вип. 2. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. С. 182–190.

7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

Pakhnenko I. I., Teletova S. G. THE PHENOMENON OF PRECEDENCE IN ANECDOTES AND JOKES

The article examines the specifics of the functioning of precedent resources in humorous discourse, analyzes the peculiarities of the implementation of precedent within such small comic genres as anecdotes and jokes, reveals the pragmatic potential of the studied units involved in the realization of comic intentions in speech works of this type, finds out the sources of various precedent types used in the modern anecdotal corpus. It is noted that in the modern anecdotal texts precedents are not only a fairly common means of creating a comic effect, but also perform allusive, informative, compositional, text-creating and game functions.

It has been established that precedent situations are actively played in anecdotes. Modern anecdotes are most often referred to real (social, political, cultural, historical) situations that have gained a wide resonance in society and are easily recognized by the linguistic personality. As a rule, such anecdotes have an entertaining and revealing nature.

Various precedent names are widely used in anecdotes. When considering these phenomena, attention is focused on the fact that background knowledge is required for an adequate perception of an anecdote with a precedent onym, which is a semantic center, a “strong position” of an anecdotal text.

Productive units in anecdotes are also statements-quotes from well-known texts and various cultural referents. It has been proven that the comic effect is achieved through a number of techniques: the use of precedent statements in the literal (direct) sense; creating a framing structure; combination with another precedent, which motivates the use of paremic or phraseological expression; transformations of precedent expressions.

Anecdotal referents based on associations with certain precedent expressions and images, which are not included in the text, but knowledge of which is the basis for adequate perception of the anecdote, are singled out separately.

It is concluded that the functioning of the studied units in the anecdotal discourse has a systemic nature. The prevalence of precedents in the anecdotal texts is explained by their significant communicative and pragmatic potential, the ability to create associative parallels, strengthen the emotionality of the text and activate the recipient's intellectual experience.

Key words: *precedent phenomenon, intertextuality, precedent units, small comic genres, anecdote, joke, comic effect.*

Романчук С. М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

**ПОРТРЕТ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА:
КОГНІТИВНІ ТА МОРАЛЬНІ АСПЕКТИ**

Підготовка конкурентоздатного фахівця зумовлена чинниками, що формують його як мовну особистість. У запропонованій праці авторка акцентує увагу на тлумачення термінопоняття «мовна особистість» у різних наукових колах. Важливу роль у розкритті суті зазначеного ключового слова цієї наукової розвідки вона вбачає у соціалізації людини. Авторка наводить думки Івана Огієнка та Івана Франка про першооснови формування людини як мовної особистості. Перший зауважує, що мовець може стати мовною особистістю тільки тоді, коли він пізнає психологію, культуру й етнографію свого народу, мовою якого він говорить, і коли ці знання будуть безпосередньо пов'язані з його життєвою і розумовою діяльністю. Другий мовну діяльність тісно пов'язував із самою особистістю, з «тасмною робітнею її духу».

Наукова розвідка аналізує характеристичні особливості студента як мовної особистості в контексті когнітивних та моральних механізмів її формування. Підкреслено важливість когнітивних (пізнавальних) чинників, які є значущим «штрихом» у портреті мовної особистості студента. Зокрема, у праці визначено систему когнітивної сфери особистості, що, на думку Ю.Л. Трофімова, забезпечує динамічне відображення дійсності та її перетворення, формування досвіду, побудову моделі світу, регуляцію діяльності.

В ході когнітивного розвитку студент як індивід стає здатним до свідомого уявлення своїх потреб як цілей чи цінностей; на цій основі засвоєння у процесі соціалізації спеціальних культурних термінів уможлиблює спілкування з приводу цінностей. Тому в статті С. Романчук також визначає ціннісні механізми студентів, які є другим важливим «штрихом» у портреті їх як мовної особистості. Наголошено, що першокурсникам значно важче адаптуватися до нових умов реальної дійсності, що пояснюється здійсненням найважливіших індивідуально-особистісних та соціальних виборів, тобто. формуванням ціннісно-мотиваційного вектору особистості..

Ключові слова: мова і мовлення, мовна особистість, мовна поведінка, когнітивна сфера особистості, ціннісна сфера особистості.

Постановка проблеми. Сучасна освітня гуманітарна парадигма зумовлена необхідністю оволодіння майбутніми фахівцями навичками ефективного пізнання як базису професійного становлення. Наразі на перші позиції виходить ключова здатність особистості у сфері самостійної пізнавальної діяльності, яка знаходить своє відображення в широкому понятті «когнітивність»

В умовах становлення європейського рівня життя в Україні наріжним каменем стає підготовка високоморальної та компетентної особи. І першочерговим, на нашу думку, є формування студента як мовної особистості. У цій праці ми обґрунтуємо, які когнітивні та моральні аспекти «малюють» портрет студента як мовної особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Уперше термін «мовна особистість» було вжито в ХХ столітті В. В. Виноградовим. Його появу спричинено необхідністю збагнути, якою має

бути людина, повністю адаптована до умов своєї доби.

Різноаспектні наукові розвідки ведуться в цьому напрямку, як-от: розробка моделі мовної особистості (Ф. Бацевич, О. Тарасова), розгляд мовної особистості як носія національної мови (В. Красних, Л.І. Мацько), соціолінгвістичні та психолінгвістичні аспекти мовної особистості (Л.П. Крисіна, Л.Л. Славова,), взаємодія мовної та мовленнєвої особистостей (В.В. Красних, Л.П. Клобукова). Відповідно, проблема визначення та уточнення типології мовної особистості, дослідження втілень моделей мовних особистостей, їх дискурсивна позиція й роль залишаються в центрі уваги сучасної лінгвістики.

Когнітивна сфера особистості досліджується такими вченими, як В.Мельман, С. Ніколаєва, А. Реан, В. Сластьонін, О. Степанова та іншими. При цьому варто зазначити, що сутнісна і зміс-

това характеристики когнітивної сфери розглядається різнопланово. Розкривають когніції (offline cognition) у площині сенсомоторних процесів людини такі вчені, як Л. Барсалу, Р. Бекер, Р. Зваан, Р.Гіббс, Л. Карлсон, А. Гленберг, Р. Голдстоун, Р. Кенні, Р. Лангакер, К. Мадден, Д. Пешер, Д. Річардсон.

Постановка завдання. Актуальність статті зумовлена потребою визначення точок дотику між системою когніцій та ціннісними параметрами, що якраз і є основними «штрихами» у портреті мовної особистості майбутнього фахівця. **Мета** дослідження полягає в обґрунтуванні феномену мовної особистості студента з точки зору когнітивних та моральних механізмів. З окресленої мети визначаємо такі **завдання**: охарактеризувати сутність поняття «мовна особистість» у різних наукових площинах; висвітлити рівень досліджуваності проблеми в сучасній соціолінгвістиці; проаналізувати мовну та мовленнєву поведінку особистості в контексті її професійної комунікації; розкрити роль когнітивних та моральних механізмів у створенні портрету мовної особистості студента.

Об'єкт дослідження – мовна особистість студента, а **предмет** – когнітивні та моральні аспекти формування портрету мовної особистості студента.

Виклад основного матеріалу. Категорія «мовна особистість» основана на антропологічній лінгвістиці (Е. Бенвеніст, В. фон Гумбольдт). Словники визначають мовну особистість як носія мови, «який добре володіє системою лінгвістичних знань, репродукує мовленнєву діяльність, має навички активної роботи зі словом, дбає про мову і сприяє її розвитку. Це мовець, який забезпечує розширення функцій мови, творення україномовного середовища в усіх сферах суспільного життя, виявляє природне бажання повернутися в повсякденному спілкуванні до рідної мови, до відродження культури, традицій народу, до вироблення зразків висококультурного спілкування літературною мовою» [11, с. 17].

Спираючись на позиції українського вченого, мовознавця та лексикографа Івана Огієнка, можна сказати, що мовна особистість формується рідною мовою, за допомогою якої людина здобула перші відомості про середовище, яке її оточує, і про закони, що керують його розвитком [8, с. 14]. Нам імпонує думка І.Огієнка про те, що саме сім'я і церква є тими центрами, у яких дитина духовно стає особистістю, а не просто є людиною з тільки її фізичними виявами.

Мовець може стати мовною особистістю тільки тоді, коли він пізнає психологію, культуру й етнографію свого народу, мовою якого він говорить, і коли ці знання будуть безпосередньо пов'язані з його життєвою і розумовою діяльністю. На думку вченого, чим повніше мовлення виражає живу думку, щирі почуття, чим виразніше в ньому виявляється небайдужість людини до власного мовлення, тим більше гарантій, що в такій людині знання мови, високий рівень культури спілкування переросте в майстерне володіння мовою. Лише за таких умов, на думку вченого (і ми також погоджуємося з нею), може сформуватися ідеальна мовна особистість.

До окреслення поняття «мовної особистості» звертався й Іван Франко. Письменника постійно цікавила мовна індивідуальність, підґрунтям чого було тверде переконання вченого, що знаменням нового часу і основою для подальшого суспільного зростання стає прагнення «кожної людської особистості... до можливого розширення сфери свого буття і своєї діяльності, свого індивідуального розвитку» [10, с. 276]. Роздумуючи про М. Старицького – і не тільки як письменника, а насамперед як громадянина, І. Франко пише: «Найцінніше і найкраще в кожному чоловіці... се його індивідуальність, його духовне обличчя зо всіма його окремішніми прикметами. Чим більше тих прикмет, чим вони характерніші та гармонійніші, тим багатша, сильніша й симпатичніша індивідуальність людини... До таких прикмет, що відповідають складові душі,... належить і мова» [13, с. 276].

Мовну діяльність І. Франко тісно пов'язував із самою особистістю, з «таємною робітнею її духу». Опрацьовуючи концепцію подальшого розвитку української мови, виробляючи теорію мовної поведінки й мовного життя творчої особистості та народу, вчений осмислював мовну діяльність видатних письменників з погляду їх значення і ролі в цих важливих процесах.

Проте інформаційна доба вносить у визначення суті поняття мовної особистості певні корективи. У період соціокультурної трансформації суспільства спостерігаємо, пише І.О. Голубовська [3], різке зростання обсягів інформації, яку має опрацювати сам мовець (сприйняти, систематизувати, проаналізувати тощо) та надзвичайно активне використання нових засобів спілкування – електронної пошти, форумів, чатів та ін., які чинять серйозний вплив на зміст і форму спілкування. Факти сьогодення змушують нас говорити про стрімку адаптацію мовної особистості до умов

інформаційної доби, що відбивається в формуванні психосоціального мовця, який у професійній діяльності й особистісному спілкуванні все більше надає перевагу сучасним технологіям опрацювання інформації.

Мазепова О.В. відзначає, що у суспільстві, яке ґрунтується лише на інформації, живе нова людина – людина інформації (*homo informaticus*) – оригінальна комунікаційна модель, що є продуктом інформаційного суспільства. До моделі мовної особистості, зокрема студента, її компетенцій, в яку вже входять мовна, мовленнєва, комунікативна, соціолінгвістична компетенції, настав час додати й інформаційну [6].

Найбільшою одиницею мовленнєвої діяльності є мовленнєва подія, яка реалізується студентами у різних формах і жанрах наукового дискурсу: стаття, тези, курсова робота, конспект лекцій, семінарське заняття тощо. Здається, ніби створені всі умови для розвитку особистості нової «інфолюдини», головними ознаками якої є інтелект та знання, проте як і будь-яка інша людина, *homo informaticus* має розвивати такі якості, як духовність, соціальність, моральність та реальність. Тому необхідно знайти баланс між інформаційними технологіями та цінностями гуманізму. І сьогоднішній студент в таких умовах формує свій портрет мовної особистості, обов'язково беручи у руки когнітивні та моральні аспекти, як два пензляки.

В аналізованих наукових працях, які прямо чи опосередковано описують розуміння категорії «мовна особистість» у психолінгвістиці, лінгвістиці, лінгводидактиці та педагогіці, акцентовано увагу на тому, що мовна особистість – це людина, наділена здатністю створювати й сприймати тексти, що різняться між собою ступенем структурно-мовної складності, глибиною і точністю відображення дійсності, певною цільовою спрямованістю.

Важливим штрихом для створення портрету студента як мовної особистості є його мовна / мовленнєва поведінка. Хитке розмежування понять мова і мовлення, характерне для лінгвістичної практики, призводить до використання цих термінологічних дублетів. «Це зумовлено традиційним звуженим підходом до поняття мова як до певної абстракції, що існує поза соціумом», – переконаний О. Михальчук [7, с. 28].

Аналіз мовних ситуацій передбачає розуміння поняття мови як такого, що містить у собі мовлення як практичну складову. В українських лінгвістичних дослідженнях останнього десятиріччя поняття мовна поведінка пов'язане найчастіше

безпосередньо із практикою вибору мовного коду і перебуває у взаємодії з поняттями мовна стійкість, мовна свідомість, мовна лояльність, перемикання кодів, змішування кодів, інтерференція, білінгвізм, полілінгвізм, мовна ситуація, мовна компетенція, міжмовні контакти тощо [7, с. 29].

Соціолінгвістичні параметри мовної поведінки поділяють на два види – виявлення через мовну практику (повсякденне спілкування, вибір мови освіти, вибір мови інформації, рівень мовної компетенції тощо) та через ставлення до мови (рідна мова, мова як суспільна цінність, мова як символ, етнічна мова, престижна мова, мова як ознака індивідуалізації особи тощо). Саме за цими критеріями мовна поведінка віддзеркалює рівень мовної свідомості суб'єкта.

Мовна свідомість кожного формується у зв'язку з мовним довкіллям, мовною ситуацією, мовними пріоритетами в суспільстві, і мовна поведінка індивідуума є індикатором збалансованості його стану мовної свідомості з мовною дійсністю.

Мовна свідомість формується в суспільній інституції: сім'ї, навчально-виховному закладі, спонтанному мовному середовищі (сфера обслуговування, транспорт тощо), під впливом засобів масової комунікації, мовного ландшафту тощо. Одні з цих чинників впливають опосередковано як вияв планового мовного виховання, інші – спонтанно: чую / бачу – (аналізую) – наслідую.

Таким чином, мовна поведінка особи детермінована надіндивідуальними чинниками, «вона узалежнена від панівної матриці соціогрупової динаміки», є продуктом «колективного програмування свідомості» [цит. за: 7].

Не одновимірним є також психічний склад людини. Важливою частиною його є уява, вона «розвинена настільки, що фактично живемо водночас у двох вимірах, у двох реальностях – справжній та уявній. Уявлюваний світ значною мірою визначає нашу поведінку» [там само]. І мовну теж. Тому мовна поведінка в соціолінгвістичному вимірі – це не тільки мовна практика, що часто зумовлена соціальним чи мовним середовищем і відповідно є рольовим вибором мови, а й мовна ідентифікація, що виявляється через ставлення до мови, найпоширенішими виявами якого є етно-мовна самоідентифікація та мовна орієнтація, що зазвичай є визначальними при виборі мови як рідної. Саме в цьому вияві мовної поведінки «мовна свідомість постає як сукупність культурно й соціально зумовлених установок щодо мови, які відбивають колективні ціннісні орієнтації» [7, с. 31] і є рушієм до зміни у мовній практиці особи.

Характеризуючи мовну поведінку як категорію соціолінгвістики, О. Михальчук зазначає: «Мовна поведінка – це вибір мовного коду, що виявляється через мовну діяльність або соціально вмотивовані зміни в мовній свідомості окремого носія чи мовної групи і зумовлений системою взаємопов'язаних соціальних, правових, психологічних і соціокультурних чинників, які є визначальними у стосунках мова і людина, мова і спільнота, мова і суспільство» [7, с. 37].

Досить часто поняття мовна поведінка спрощують, визначаючи її як всю сукупність мовленнєвих дій і їх форм, що розглядаються насамперед у соціально-комунікативному аспекті.

Студент у майбутньому професійному житті буде вирішувати різні ділові ситуації. Мовна поведінка, проявлена в діловому спілкуванні, є принципом кооперації, що реалізується, відповідно до теорії Г.П. Грайса, в семи максимах (принципах поведінки): максима такту; максима великодушності; максима релевантності висловлювання; максима повноти інформації; максима симпатії; максима згоди; максима скромності [14].

Не всі ці максими можуть бути реалізовані в одному мовленнєвому акті: не завжди необхідно погоджуватися зі співрозмовником, виявляти йому симпатію, але бути тактовним, коректним, поважати право співрозмовника на отримання точної та повної інформації потрібно. Майбутнім фахівцям варто у професійному житті оперувати основним принципом сучасного ділового спілкування: початок спілкування будується із визначення співрозмовника як партнера, рівноправного учасника діалогу, незалежно від його соціальної позиції і від його комунікативної позиції. Не «Принесіть мені документи», а «Будьте ласкаві захопити папку з документами» – порада цивілізованому керівникові. Формулювання розпоряджень і прохань у питальній формі надає формально право вибору підлеглому і знімає акцент адміністрування з ієрархічних відносин. Готовність визнати свою помилку, надати послугу, залагодити незначні непорозуміння у діловому спілкуванні природно для вихованої людини.

Моральні постулати виявляються і тоді, коли особистість під час мовленнєвої дії замінює прямі мовленнєві акти непрямыми (не слід говорити: «Вам необхідно вирішити проблему з оплатою наших послуг до 13-го листопада», а варто сказати: «До 13-го листопада ми хотіли б отримати від Вас інформацію про погашення заборгованості»).

Дотримання основного принципу кооперації є найважливішим постулатом мовленнєвої пове-

дінки ділової людини і обумовлює вибір мовних засобів залежно від ситуації спілкування.

Зараз розглянемо сутність когнітивних та моральних аспектів, що, на нашу думку, і складають передній план портрету мовної особистості студентів.

Насамперед, з'ясуємо, що у перекладі українською мовою термін «когнітивний» означає «пізнавальний». Зазначене термінопоняття вивчається і в психологічному науковому полі. До складу когнітивної сфери особистості, на думку Є.В. Медянової, «входять такі психологічні процеси як сприйняття, розпізнавання образів, увага, пам'ять, уява, мовні функції, мислення та інтелект, творчість. Провідна функція когнітивної сфери особистості – адаптація психіки до змін зовнішнім/внутрішнім умовам існування» [5, с. 32].

Дослідження когнітивної сфери особистості почалося вивченням перцептивних процесів ще Вундтом, який вивчав залежності швидкості слухового сприйняття від спрямованості уваги.

Окремі когнітивні процеси вивчалися довгий час як відірвані один від одного, і лише згодом було усвідомлено їхній глибокий зв'язок, важлива спорідненість і внутрішнє єдність, що зберігає, проте, специфіку кожного окремо. Потім у ході дослідження перцептивних процесів послідовно застосовувалися структурний, функціональний, діяльнісний, процесуальний, соціально-когнітивний підходи для аналізу окремих процесів, структур, когнітивних схем, дисонансів та ін., сформувалося навіть цілий напрямок когнітивних наук.

У контексті розгляду нашої проблеми звернемо увагу на більш складні процеси та феномени когнітивної сфери особистості (далі – КСО).

У контексті структурної організації КСО «когнітивний» виступає синонімом поняття «когніція» – це отримання знання, його переробка, маніпуляції зі знаннями, роботі з інформацією (Ст. Рід, У. Нейсеер, П. Загард) [2, с. 119].

Головною складовою когніції є мова (П. Б. Паршин, М.Шварц), мовні форми, що утворюють специфічні багаторівневі схеми, структури різної будови, що характеризують особливості розумового розвитку особистості. Таким чином, на сьогодні найбільш повне значення термінів: а) «когніція» – властивість особистості, що виявляється у здатності переробляти елементи інформації на різних рівнях структурної організації психічного апарату; б) «когнітивний процес» – процес переробки елементів інформації на різних рівнях структурної організації психічного апарату з метою отримання деякого знання; в) «когнітивна

діяльність» – це специфічно мотивована, доцільна, опосередкована та перетворювальна діяльність людини, спрямована на освоєння навколишнього світу (пізнання природи, суспільства, свідомості та перетворення своєї свідомості з виходом на зворотний зв'язок (перетворення суспільства і природи)). Він є, по суті, непродуктивною працею у широкому розумінні цього слова та має програму та інформаційну основу, пов'язану з прийняттям рішень та формуванням когнітивної сфери особистості [16].

Нам ближче трактування Ю.Л. Трофімова, який стверджує, що «когнітивна сфера особистості забезпечує динамічне відображення дійсності та її перетворення, формування досвіду, побудову моделі світу, регуляцію діяльності» [12].

Загалом структуру когнітивної сфери особистості можна показати графічно так:



Рис. 8. Структура когнітивної сфери особистості (за М. В. Гамезо та І. А. Домашенко).

Під час навчання студенти здобувають знання, що є змістом КСО. Нам імпонує думка Ю.Л. Трофімова, який звертає увагу при цьому на роль інтелекту особистості. «Інтелект – досить складне інтегративне психічне явище, що включає в свою структуру ряд пізнавальних процесів та їхніх результативних елементів. Але він не може бути зведений до одного з них, наприклад, мислення, уяви, пам'яті чи досвіду. Так, мислення тісно пов'язане з інтелектом, проте інтелект і мислення не тотожні. Часто можна помітити знижені пізнавальні можливості при збереженні розсудкової діяльності (аналізу, синтезу, суджень) і мисленевого процесу як такого. Великий запас знань (ерудиція) – важлива властивість інтелекту. Проте не можна оцінити розум людини тільки значним обсягом знань, бо сама ерудиція ще не визначає всього інтелекту» [12].

Когнітивна активність особистості є особливою характеристикою в часовому контексті, яка розкривається у вигляді когніції (пізнання), що постає в еволюційному вимірі як еволюція когнітивних пізнавальних здатностей [9, с. 107]. Граничним і близьким за значенням позиціонують

когнітивну сферу (cognitive domain), зумовлену тим, «...що живі системи є когнітивними, а життя є процесом когніції» [17, с. 8].

Під час навчального процесу студенти застосовують «дві базові підструктури – детермінанти когнітивної сфери особистості, що формують основні напрями у розвитку інтелекту: «перцептивно-нестична» і «розумна»» [5, с. 35]. До перцептивно-нестичної детермінанти автор відносить п'ять когнітивних ознак: увага, зорова пам'ять, слухова пам'ять, зорове сприйняття, слухове сприйняття; а до розумових – дванадцять когнітивних ознак: просторове мислення, творче мислення, асоціативне мислення, логічне мислення, аналітико-синтетичні операції, узагальнення, абстрагування, планування в умі, комбінаторні здібності, навчальна та загальна поінформованість. Перцептивно-нестичну детермінанту автор вважає пусковим механізмом у здійсненні когнітивної діяльності, її розвиток змінює силу функціональних взаємозв'язків між елементами когнітивних структур, що призводить до зростання продуктивності розумової діяльності, і є фундаментом для розвитку мисленнєвої діяльності.

Важливим чинником формування портрету мовної особистості студента є також його моральна основа, що виявляється в ціннісних домінантах. Ціннісна сфера, на нашу думку, є найважливішим елементом внутрішньої структури особистості. Цінності можна окреслити, як «ядро» особистості [1], бо вони створюють основу для зв'язування та єдності різноманітних відносин, у яких реально функціонує людина, і визначають спрямованість цієї особи.

У когнітивній психології визначають фактори, що впливають на розвиток ціннісної сфери особистості: а) зовнішні (соціум, сім'я, референтна або професійна група та ін.); б) внутрішні (емоційні, когнітивні, поведінкові, регуляційні). На різних етапах розвитку особистості питома вага впливу окремих факторів (термін «фактор» у сучасній науці часто розуміється як причина або рушійна сила будь-якого процесу, що визначає його характер) різний.

Так, співвідношення між когнітивним стилем і системою цінностей особистості детально аналізується Д.Ройсом у його мультифакторній теорії особливості [15]. Роль когнітивних стилів Д. Ройс бачить у регуляції когнітивних процесів при досягненні певних цілей. Система цінностей особистості детермінує рівень збудження, необхідний реалізації цих цілей. Якщо розв'язуване індивідом завдання пов'язане зі значимими йому

цінностями, то рівень збудження зростає, і це сприяючи її успішному рішенню.

Одним із провідних внутрішніх факторів є розвиненість когнітивних складових особи чи когнітивної сфери особистості (КСО), оскільки, з одного боку, культурні цінності вимагають особистих зусиль для їх усвідомлення, з іншого – формування спрямованості особистості має на увазі як умова когнітивну активність щодо узагальнення та систематизації ціннісних відносин особистості [4]. В ході когнітивного розвитку студент як індивід стає здатним до свідомого уявлення своїх потреб як цілей чи цінностей; на цій основі засвоєння у процесі соціалізації спеціальних культурних термінів уможливує спілкування з приводу цінностей.

Автор має досвід роботи зі студентами 1-3 курсів. Тому можемо впевнено констатувати, що 70% студентів першого курсу мають недостатньо розвинену пізнавальну сферу, не здатну ефективно освоїти інтенсивні інтелектуально-інформаційні навантаження, що істотно знижує успішність студентів і призводить до зростання рівня тривожності та зниження адаптивного потенціалу

Досліджуваний нами контингент входить у віковий період ранньої зрілості (18-25 років), який відноситься до сензитивних періодів життя і відрізняється високою сприйнятливостю до різних засобів впливу, включаючи педагогічні... «Оптими продуктивності в загальній освіті реалізуються в період ранньої зрілості, чому відповідають високі показники психофізіологічного та інтелектуального розвитку у роки життя.

Для ранньої зрілості характерні високі показники розумових функцій, гнучкість і рухливість у розв'язанні завдань» [5, с. 69]. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що вплив на когнітивну сферу особистості студентів у цій віковій групі (на ранньому етапі професіоналізації) буде найбільш дієвим та продуктивним та дозволить розширити їхні когнітивні можливості.

Загальновідомо, що саме у студентські роки людина шукає себе у професійному та духовному аспектах, починає, так би мовити, «будувати себе». З огляду на це, такий період життя у студентів пов'язаний не тільки з здобуттям професійних знань, формуванням професійних умінь та навичок, а й здійсненням найважливіших індивідуально-особистісних та соціальних виборів, тобто. формуванням ціннісно-мотиваційного вектору особистості.

Висновки і пропозиції. Таким чином, констатуємо, що на формування портрету мовної особистості студента впливають когнітивні складники, які також допомагають і окреслити ціннісну сферу мовної особистості. Як ми зрозуміли, у ювеналів когнітивна та моральна активність вища, ніж у інших вікових груп, тому що основним видом діяльності для зазначеної вікової та соціальної групи є професійне навчання у вищій школі та формування вищих розумових операцій та професійних особливостей когнітивної сфери особистості у площині ціннісних аспектів. Подальший розгляд проблеми вбачаємо в більш детальному аналізі індивідуальних рис когнітивної та ціннісної сфери особистості студента.

Список літератури:

1. Бех І. Д. Цінності як ядро особистості // Цінності освіти і виховання: Наук.-метод. зб. / За ред. О. В. Сухомлинської. К., 1997. С. 8–11.
2. Войтко В.І. Психологічний словник. Київ : Вища школа, 1982. 216 с.
3. Голубовська І.О. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен / І.О. Голубовська // *Studia Linguistica*. Зб. наук. пр. К., 2008. Вип. 1. С. 25–33.
4. Кірейчев А., Кірейчева Є. Результати дослідження соціально-психологічної адаптації студентів-першокурсників до навчання у вищій школі / Андрій Кірейчев, Євгенія Кірейчева // *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2011. № 2. С. 126–133.
5. Когнітивні фактори розвитку ціннісної сфери особистості студента-медика : монографія / Є. В. Медянова. Херсон : Гринь Д.С., 2017. 260 с.
6. Мазепова О.В. Еволюція поняття «мовна особистість» у сучасних лінгвістичних дослідженнях. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://philology.knu.ua/files/library/>
7. Михальчук О. «Мовна поведінка» як категорія української соціолінгвістики / О. Михальчук // *Мова і суспільство*. 2014. Вип. 5. С. 28–39.
8. Огієнко І. (митрополит Іларіон). Рідна мова / Упоряд., авт. передмови та коментарів М.С. Тимошик. К. : Наша культура і наука, 2010. 436 с. (Бібліотечна серія Фундації ім. митрополита Іларіона (Огієнка) «Запізніле вороття». Серія 2. «Зарубіжні першодруки» . Том 8).
9. Рубанець О.М. Когнітивна активність особистості. Мультиверсум. Філософський альманах. 2015. Випуск 9–10 (147–148). С. 99–107.

10. Сербенська О. Мовлене слово у життєсвіті Івана Франка. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://old.journ.lnu.edu.ua/publications/zbirnyk07/Zbirnyk07_Serbenska.htm
11. Словник-довідник з української соціолінгвістики: навч. пос. / [кол. авторів за ред. В.Д. Познанської]. Донецьк : ЛТД «Схід», 2014. 320 с.
12. Трофімов Ю. Л. Когнітивна сфера особистості URL: <https://ukrtextbook.com/psixologiya-trofimov-yu-l-psixologiya-trofimov-yu-l-3-kognitivna-sfera-osobistosti.html>
13. Франко І. Михайло Петрович Старицький / І. Франко // Зібрання творів: У 50 т. К. : Наукова думка, 1982. Т. 45. 276 с.
14. Grice G. P. Logic and speech communication URL: <https://www.ucl.ac.uk/ls/studypacks/Grice-Logic.pdf>
15. Royce J., Powell A. Theory of Personality and Individual Differences: Factors, Systems and Process / J. Royce, A. Powell. Prentice Hall, 1983. 237 p.
16. Schwartz, S.H., & Bilsky, W. Toward a universal psychological structure of human values / S.H. Schwartz, W. Bilsky // J. Pers. and Social Psychol. 1987. Vol. 53. Pp. 550–562.
17. Varela F.J. Principles of Biological Autonomy. Elsevier/North-Holland, New York, 1979. 306 p.

Romanchuk S. M. PORTRAIT OF THE LANGUAGE PERSONALITY OF THE STUDENT: COGNITIVE AND MORAL ASPECTS

The training of a competitive specialist is determined by the factors that shape him as a linguistic personality. In the proposed work, the author emphasizes the interpretation of the term «linguistic personality» in various scientific circles. She sees an important role in revealing the essence of the specified key word of this scientific research in the socialization of a person. The author cites the opinions of Ivan Ohienko and Ivan Franko about the fundamentals of the formation of a person as a linguistic personality. The first notes that a speaker can become a linguistic personality only when he learns the psychology, culture and ethnography of his people, whose language he speaks, and when this knowledge is directly related to his life and mental activity. The second closely connected language activity with the personality itself, with the «secret work of her spirit.»

Scientific intelligence analyzes the characteristic features of the student as a linguistic personality in the context of cognitive and moral mechanisms of its formation. The importance of cognitive (cognitive) factors, which are a significant «stroke» in the portrait of the student's language personality, is emphasized. In particular, the work defines the system of the cognitive sphere of the individual, which, according to Yu.L. Trofimova, provides a dynamic reflection of reality and ITS transformation, formation of experience, construction of a model of the world, regulation of activity.

In the course of cognitive development, the student as an individual becomes capable of conscious representation of his needs as goals or values; on this basis, assimilation in the process of socialization of special cultural terms enables communication about values. Therefore, in the article, S. Romanchuk also defines the students' value mechanisms, which are the second important «stroke» in the portrait of them as linguistic personalities. It is emphasized that it is much more difficult for first-year students to adapt to the new conditions of real reality, which is explained by the implementation of the most important individual, personal and social choices, i.e. formation of the value-motivational vector of the individual.

Key words: language and speech, language personality, language behavior, cognitive sphere of personality, value sphere of personality.

Рудь О. М.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Горбатенко І. С.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРОПЕЇЧНИХ ЗАСОБІВ У ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ СЕРГІЯ ЖАДАНА

Статтю присвячено дослідженню питання функціонування тропеїчних засобів у поетичних текстах Сергія Жадана як творчих елементів його ідіостилю. Проаналізовано основні тропи, характерні для поетичних текстів митця.

Встановлено, що у поезії Сергія Жадана індивідуально-авторські епітети є найуживанішим образним засобом. За допомогою них митець творить оригінальні художні образи, вводячи їх в поетичний контекст, надаючи їм нових значеннєвих відтінків. Традиційні епітети автор використовує задля кращого розуміння змісту поезії, її образного наповнення, для увиразнення власних почуттів і світосприйняття. З'ясовано, що колірні епітети поета містять не лише кольорову ознаку, але і переносне, часто символічне значення.

У поетичних текстах Сергія Жадана спостережено метафори, що побудовані на перенесенні характерних ознак: назв істот на назви істот; назв неістот на назви неістот; назв істот на назви неістот. Здійснено аналіз метафор за їх граматичним вираженням, виділили основні різновиди метафор – субстантивні, атрибутивні, дієслівні.

Порівняльні конструкції у поетичних текстах Сергія Жадана свідчать про значну варіативність структурних різновидів. Проаналізовано найбільш поширені структурні групи порівняльних конструкцій: порівняльний зворот (непоширений і поширений) з порівняльними сполучниками; порівняння у формі орудного відмінка; підрядне порівняльне речення; описові порівняння; речення порівняльної структури, в яких об'єкт порівняння охоплює всю предикативну частину; порівняльно-присудувальні конструкції, побудовані за принципом образної аналогії.

Наголошено, що у поетичному тексті Сергія Жадана тропи вживаються лише тоді, коли вони є необхідними, доцільними й оригінальними. Вони є основним елементом образного мислення митця, у них відображаються мовні традиції певної епохи, літературного напрямку, художні смаки та уподобання автора.

Ключові слова: Сергій Жадан, поетичний текст, художні тропи, образно-виражальні засоби, епітет, метафора, порівняння.

Постановка проблеми. У сучасних лінгвістичних дослідженнях зацентрована увага на питаннях мовної особистості, поетичної мовотворчості, ідіостилю поета, його ролі у становленні й розвитку літературної мови в цілому і поетичної мови зокрема. «Кожен мовець має свій словник, стиль мовлення, манеру комбінувати мовні засоби і осмислює буття через свою систему мовних знаків» [11, с. 2]. Тропеїчні засоби, якими послуговується митець у поетичних текстах, дають змогу розглянути його творчий доробок як єдину художню систему, проаналізувати його творчу манеру письма, розкрити індивідуально-авторську картину світу.

Ідіостиль Сергія Жадана без перебільшення можна назвати самобутнім, оригінальним, несхо-

жим на інші. Поет тонко відчуває навколишній світ і всі події та процеси, які відбуваються в ньому. Поезія Сергія Жадана глибоко філософська, лексика поетичних творів оригінальна, кожне слово емоційне, змістовно насичене, має прихований філософський зміст. Тропеїчні образні засоби його поезії допомагають авторові впливати на розум, почуття й емоції читачів, формувати певні ідейні переконання, моральні риси та естетичні смаки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження тропеїчних засобів мають тривалу історію та представлені різними поглядами на системний характер тропіки, місце кожного із тропів у цій системі, лінгвістичний статус тропів [10, с. 181] тощо. Тропеїчна система художньої

мови є об'єктом наукового вивчення таких мовознавців, як Л. Мацько, Л. Кравець, І. Вихованець, В. Русанівський, Н. Сидяченко, О. Волковський, І. Кочан, Л. Рожило, Т. Стретович та інших. Тропи як мовновиражальні ознаки ідіостилю автора аналізують С. Єрмоленко, Н. Сологуб, М. Братусь, В. Красавіна, Н. Лисенко, О. Литвин, М. Підкамінна, Л. Пустовіт, О. Сидоренко, Н. Сидяченко, Л. Ставицька, О. Таран та інші.

Індивідуальний стиль Сергія Жадана, особливості його поетичної мови в різних аспектах розглядають Б. Гоц, Ю. Гришко, О. Даниліна, А. Демченко, І. Іваненко, В. Кононенко, О. Маленко, В. Нестеренко, Т. Пінчук, І. Процик, О. Скоробогатова, К. Тараненко, О. Томашевська, О. Шаф та інші. Проте тропіку поетичних творів митця проаналізовано лише в небагатьох наукових розвідках, зокрема Л. Бондаренко («Порівняння у художньому мовленні Сергія Жадана (на матеріалі збірки «Цитатник»)), І. Глуховцевої («Структурно-семантичні особливості порівнянь у творі Сергія Жадана “Месопотамія”)), Л. Козловської («“Поети тримаються разом, ніби матроси крейсера” (про образні порівняння у поетичних текстах Сергія Жадана)») та інших.

Постановка завдання. Мета нашого дослідження полягає в аналізові особливостей функціонування тропейчних засобів у поетичних текстах Сергія Жадана як творчих елементів його ідіостилю. Реалізація поставленої мети вимагає виконання таких завдань: 1) виявити основні тропи, характерні для поетичних текстів Сергія Жадана; 2) з'ясувати своєрідність їх семантичної і граматичної структури; 3) визначити функційне навантаження тропейчних засобів як образних та структурних компонентів ідіостилю автора.

Виклад основного матеріалу. Сучасні мовознавці, аналізуючи мову поетичних текстів, зацентровують увагу на науковій інтерпретації індивідуально-авторської мовної картини світу, особливостях функціонування мовних одиниць у процесі творення художніх образів, виявленні механізмів трансформації мовних явищ у системі авторського художньо-мовного бачення світу [13, с. 88]. Світ емоцій, почуттів і переживань автора, його розуміння і художнє розкриття певних подій, явищ проявляється значною мірою в системі тропів, які «закріплюють у слові особливості індивідуального сприйняття реальності» [8, с. 145].

У поетичних текстах Сергія Жадана епітет є найуживанішим художнім образним засобом. За допомогою нього митець намагається показати

предмет зображення з незвичайного боку, підкреслити, індивідуалізувати якусь ознаку, зосередити на ній увагу, викликати певне ставлення до зображуваного.

Епітет як «першотроп», як один із найдавніших засобів поетичної образності вивчається досить давно, ще з античності, і розглядається науковцями в різних аспектах. Водночас на сьогодні відсутня уніфікована дефініція епітета. Епітет на рівні слова аналізується як: художнє, образне означення; один із основних тропів поетичного мовлення; стилістичний засіб передачі власного світобачення письменника. Українські мовознавці С. Єрмоленко, Л. Мацько, А. Мойсієнко та інші розглядають епітет у складі словосполучення, оскільки «він набуває конкретного значення лише у зв'язку з означуваним словом, яке розширює семантичне поле означення, що, у свою чергу, висвітлює нові, іноді несподівані, семантичні властивості самого описуваного слова» [7, с. 141]. Експресивно-образну функцію можуть виконувати нейтральні слова, і тому не завжди легко провести чітку межу між художнім і логічним означенням. Установити епітетну роль лексеми можна лише в контексті з урахуванням характеру і взаємовпливу компонентів словосполучення [12, с. 17].

За ознакою уживаності епітети традиційно поділяють на постійні (традиційні) й індивідуально-авторські. У поетичному мовленні Сергія Жадана переважають індивідуально-авторські епітети: *невиговорений сніг, нежива спекота, чорна хроніка, серцева пільма, сірчаний скепсис, вдячна тріска, бджолина мова, хрещені бджоли, висока лють, вистуджена мерзлота, грудневий свинець, дзвінка лють, невидима тиша, нежива спекота, туга тиша, жовто-червоне відмирання, зелені тумани, золота безодня, сині квартали, сіре повітря, смарагдовий космос, червоне повітря, червоні зливи, чорне сонце, чорний дощ, чорний час* тощо. Митець творить оригінальні індивідуально-авторські художні образи, уводячи їх в поетичний контекст, надаючи їм нових значеннєвих відтінків. Наприклад: «*Сніг лежить на ріці – невиговорений, невагомий*» [2, с. 33]; «*Рибалки зранку бовтаються в спекоті неживій*» [2, с. 18]; «*Вб'є повітря своїм грудневим свинцем, / вб'є повітря вистуджена мерзлота, і тепер ось перед його пташиним лицем / стоїть його дорога, / себто його мета*» [2, с. 252].

Традиційні епітети автор використовує задля кращого розуміння змісту поезії, її образного наповнення, для увиразнення власних почуттів

і світосприйняття: *літнє небо, осіння трава, голодні лисиці, залізні ключі, морські кити, неповороткі лини, сполохані риби, степові птахи, вереснева ніч, засніжена ріка, зимове небо, липневе надвечір'я, літнє небо, осіннє повітря, холодні зірки, біла сорочка, жовті комети, зелена кропива, золоті пшениці, синій дим, червоний метал, червоні півні, чорна ніч* тощо.

Поетичний світ Сергія Жадана – неповторний, кожне його слово змістовно наповнене, часто символічне. Зображений простір у рядках «*Я запам'ятаю те, що побачу наступного разу: / літнє небо між цвинтарем і вокзалом*» [2, с. 38] передає діаметрально протилежні за смисловим наповненням місця, оскільки *цвинтар* – це місце спочинку померлих, завершеного життєвого шляху, а *вокзал* – це уособлення постійного руху, сподівання на нові враження, на початок нового життя. Над обома місцями панує *літнє небо*, яке є ніби місточком між двома світами і на яке ліричний герой дивиться з надією.

«Використання кольористичних епітетів в українському поетичному мовленні є традиційною рисою української літературної мови усіх етапів розвитку» [9, с. 343]. Поряд з логіко-ідентифікаційною функцією кольороназви виконують роль емоційно-експресивних означень, часто входять до складу метафоричних структур [12, с. 36]. У поетичних текстах Сергія Жадана колір містить не лише кольорову ознаку, але і переносне значення відповідно до його символіки.

Найуживанішим у поезії митця є чорний колір. А. Кокотюха наголошує, що вірші Сергія Жадана «народжуються на гамірних вулицях, брудних привокзальних площах, у поїздах, вони просякнуті їдучим димом з фабричних труб, отруйними викидами автомобілів, запахами розпеченого на сонці асфальту. Сергій Вікторович належить до наймолодшого покоління літераторів, які втомилися від прикрашеної, перебреханої, напарфумленої дійсності і відображають реальність такою, якою вона насправді є» [5, с. 5]. Для автора чорними є дощ, час, вода, небо, сонце, воли, квітка, троянда тощо, чорним для нього є весь навколишній світ, пор.: «*Знати, що чорний дощ затопить твої подвір'я. / Знати, що він не омине нікого*» [2, с. 117]; «*веди мене, мій звичний і убивчий, / мій чорний часе, – стримуй і веди*» [3, с. 84]; «*Ночі не мають сенсу без темноти. / Світи наді мною, чорне сонце, світи*» [4, с. 9]; «*Ворони в небі, ніби чорні троянди*» [3, с. 108].

У віршових текстах чорний колір найчастіше символізує щось лихе, грізне, темні сили,

нещастя. У рядках «*В пробитих легенях його стояла вода – / чорна солодка вода степової ріки*» [2, с. 121], «*Коли вони повернуться, коли роззбродяться, коли вони відстояться в чорній хроніці, / поруч із ними залишаться найбільш віддані. / За війною краще спостерігати на відстані*» [4, с. 114] чорний є символом війни, разом з якою неминуче приходить зневіра, горе, смерть. Це символічне значення кольоратива в різних текстах підсилюється виразами «*пробиті легені*», «*залишаться найбільш віддані*».

Білий колір традиційно є уособленням моральної чистоти, краси, святості, сонячного світла, земного життя. У поетичних рядках «*Білі зарубки болю серед чорного снігу. / Глибокі шрами, що завжди нагадують зиму*» [2, с. 28] білий колір символізує нестерпні муки, велике нещастя, пор.: «побіліти від болю». Контраст кольорів *білий – чорний*, лексеми *зарубки, шрами* увиразнюють, підсилюють почуття ліричного героя, його невимовний біль і страждання.

Авторські епітети Сергія Жадана часто метафоричні. Вони несуть в собі образну неповторну конкретизацію, глибину різних асоціацій, певне переносне, метафоричне значення. Нове, контекстуальне, метафоричне значення сприймається ніби через призму основного, спираючись на нього, але не співпадаючи з ним. Додаткове контекстуальне значення метафоричного слова стає домінуючим, пряме ж значення втрачає свою роль і служить лише орієнтиром для авторської асоціації. В результаті метафоричне значення слова передає нерозчленоване уявлення, в якому об'єднані ознаки різних предметів, явищ [12, с. 20–21].

Л. Кравець розглядає метафору як «мовне явище, що має когнітивне підґрунтя і є використанням мовного знака однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої, яке зумовлене асоціаціями за подібністю чи контрастністю» [6, с. 32]. В основі будь-якої метафори лежить неназване порівняння предмета з яким-небудь іншим предметом на основі ознаки, спільної для обох порівнюваних компонентів. Як троп метафора має великі виражальні можливості, оскільки вона будується на незвичайних, часто несподіваних уподібненнях, які викликають неочікувані асоціації.

У метафорі «відображається здатність людини вловлювати схожість і подібність між різними індивідами, класами об'єктів, а потім за цією схожістю переносити назви справжнього носія чи функції на характеризовану особу чи предмет» [9, с. 329]. У поетичних текстах Сергія

Жадана спостережено метафори, що побудовані на перенесенні:

1) характерних ознак назв істот на назви істот: *співають лисиці* [2, с. 37]; *птахи не чули* [2, с. 115]; *особу підтвердять морські кити* [2, с. 183]; *славить вдячна тріска* [2, с. 264]; *вівчарки голосять* [4, с. 82]; *птахи малюють* [4, с. 102]; *звірі вчать* [3, с. 9]; *надивляються птахи* [3, с. 10]; *апелюють рослини* [3, с. 34];

2) характерних ознак назв неістот на назви неістот: *метафори твоїх ключиць* [2, с. 164]; *вітрила їхніх легень* [2, с. 180]; *ниткитуману* [2, с. 250]; *літографія снігу* [2, с. 282]; *надрізи сміху* [4, с. 95]; *поштові скриньки легень, кореспонденція вітру* [3, с. 7]; *розлитість світла* [3, с. 16]; *ніжність монет* [3, с. 35]; *правда снігопадів* [3, с. 58];

3) характерних ознак назв істот на назви неістот: *«Цілий день / море накочується і відступає, / жбурляє чайками»* [2, с. 134]; *«Останнім з'являється сонце. / Біжить, поспішає. / <...> Застигає, вагається. / Зрештою рухається туди, / куди йому показують соняшники»* [2, с. 151]; *«цей час, що рвався вільно і нестигло: / як він летів на нас, немов нас світло, / як він випалював себе, торкнувшись нас»* [2, с. 244] тощо.

За граматичним вираженням традиційно виділяють три основні різновиди метафор: субстантивні, атрибутивні, дієслівні. У поезії Сергія Жадана найбільш поширеними є дієслівні метафори, які характеризують предмет, поняття чи явище за дією. Дієслівні метафори описують світ природи, який у поетичному мовленні митця виступає одухотвореною, живою особою, яка все відчуває, співпереживає ліричному герою: *«сонце стоїть за вікном і відмовляється / рухатись далі, доки вона не проснеться»* [2, с. 54]; *«і небеса розвертаються й відпливають геть»* [4, с. 8].

Субстантивні метафори передають внутрішній стан та почуття ліричного героя: *«серпневий сплав упевненості й смутку, / серцевий згусток пустки і мети»* [4, с. 47]; *«Дякувати за надрізи сміху – ламкого, нічного, / дякувати за мовчання рослину тяглість»* [4, с. 95], *«На футбольному полі, після програшу. / На полі нашої слави, / на полі, з якого зібрано врожай нашого страху»* [3, с. 25]. Метафори окреслюють поетичне полотно мистецької уяви Сергія Жадана, дають змогу проникнути у світ уявлень ліричного героя, а відтак – усвідомити глибинний сенс віршорядків.

Образне порівняння як один із засобів сприйняття і пізнання світу – пояснення невідомого і складного через відоме і просте – широко вико-

ристовується в поетичних текстах Сергія Жадана. Цей мовно-художній засіб допомагає проникнути в сутність важливої речей, створити художній образ, який би ввійшов у свідомість носіїв мови, допоміг сформуванню певних асоціацій, що супроводжують сприйняття зображуваного предмету.

У сучасних лінгвістичних дослідженнях порівняння трактується то як зворот, то як словесний вираз, то як тропеїчна фігура. Розрізняючи порівняння постійні (фольклорні) та індивідуально-авторські, дослідники наголошують, що «особливістю останніх є несподіваність вибору об'єкта порівняння: “поетичні асоціації й наближення далеко не завжди йдуть у згоді з асоціаціями й наближеннями звичножитейськими”»; тут часто неждано прокидається внутрішня “субстанція” речей, їхні неочевидні, але істотні прикмети, або ж по-новому виступають традиції народнопоетичного вжитку» [1, с. 55].

У поетичному мовленні Сергія Жадана переважають індивідуально-авторські порівняння: *«І кров на ранах, ніби смола на ялинах»* [2, с. 24]; *«літери висіли у червневому повітрі / попелом спалених синагог»* [2, с. 221]; *«Птахи – крикливі, наче плакати»* [4, с. 78]; *«Життя випалює нас, як сірники, / виймає, мов скалки зі своєї руки, / вириває нас, ніби ніж із плеча, / ми лишаємось, дикі, як алича»* [4, с. 21]. Характер, спосіб вживання індивідуально-авторських порівнянь виявляють високий рівень творчої майстерності поета, глибину його чуття слова, оригінальність слововживання. Смісл таких порівнянь «не лежить на поверхні», їх розшифрування, прочитання часто прихованого змісту потребує великих зусиль, заглиблення в широкий контекст.

Порівняльні конструкції у поетичних текстах Сергія Жадана свідчать про значну варіантність структурних різновидів. Виділимо декілька найбільш поширених груп:

1) порівняльний зворот (непоширений і поширений) з порівняльними сполучниками (*як, мов, наче, ніби* тощо): *«Історія рухається по колу, мов океан»* [2, с. 17]; *«В небі, наче тварини, пробуджуються холоди»* [2, с. 27]; *«Три роки тому ти змінював світ. / Правив його, мов учнівський диктант»* [2, с. 108]; *«Корені слів, як коріння дерев, / тримають віри, мов берег ріки»* [2, с. 238]; *«Вітрило розгортається, мов чай, кинутий у кип'яток»* [4, с. 18];

2) форма орудного відмінка: *«Антенна повертається соняшником проти світла»* [2, с. 6]; *«і ніч тулилась до шибки сонним щеням»* [2, с. 15]; *«Коли врожаєм відходить письмо старе»* [2, с. 81] тощо;

3) порівняльне речення: «*Я випльону тебе на берег, як випльовує наживку найбільша з риб, / я вдихну в тебе життя, як вдихають звук у сурму*» [4, с. 15]; «*У його коридорах / стояла любов, як хвороба в порях, / як звук, що зривається з піднебіння, / як промені, що добуваються дна*» [4, с. 60]; «*Висаджуються нові дерева, / ніби впроваджується / новий правопис*» [3, с. 71];

4) описові порівняння: «*хай я, подібно до палого листя, / залишусь для когось печальним минулим*» [2, с. 187]; «*Твоє плече подібне до крила*» [4, с. 30]; «*голос її стає подібним до полів, / з яких зняли золото врожаю*» [4, с. 48];

5) речення порівняльної структури, в яких об'єкт порівняння охоплює всю предикативну частину: «*Поети – вони як лисиці: першими чують смерть, / першими брешуть на місяць*» [2, с. 70]; «*Чайки – розкидані, мов листівки, / в яких так багато всього намріяно*» [2, с. 173];

6) порівняльно-приєднувальні конструкції, побудовані за принципом образної аналогії, які створюють розлоге поетичне полотно завдяки своїй структурі і надають пояснення предметам

та речам за рахунок порівняння: «*Сніг іде так натхненно, як ідуть до причастя*» [2, с. 32]; «*чоловіки закохуються так, / як кити вистрибують на берег – / без жодного шансу на повернення*» [2, с. 50]; «*так ми видихаємо нашу свободу: / тютюновим димом у прозорі склепіння ранку, / так проступають лики запалень / на вітражах легень*» [3, с. 7].

Багатство порівняльних конструкцій, їх семантична і структурна різноманітність, вдале стилістичне використання свідчить про високу поетичну майстерність Сергія Жадана.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз поетичних текстів Сергія Жадана засвідчив, що художні тропи є основним елементом образного мислення митця, у них відображаються мовні традиції певної епохи, літературного напрямку, художні смаки та уподобання автора. Вони створюють неповторні, оригінальні поетичні образи, впливають на почуття, емоції читачів, формують їх світогляд. Перспективи дослідження вбачаємо в аналізі поетичних символів Сергія Жадана як мовних знаків вираження індивідуальної поетичної моделі світу.

Список літератури:

1. Дядченко Г. Порівняння з лексичними центрами соматизмами в мові української поезії кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура слова. № 83. 2015. С. 55–58.*
2. Жадан С. Антена [Текст] : поезії Чернівці : Меридіан Черновіц, 2018. 304 с.
3. Жадан С. Список кораблів [Текст]. Чернівці : Меридіан Черновіц, 2020. 160 с.
4. Жадан С. Тамплієри. Поезії. Чернівці : Книги – ХХІ; Meridian Czernowitz, 2016. 120 с.
5. Жадан С. Цитатник: (Вірші для коханок і коханців) / авт. післямови О. Різниченко; вступ. слово А. Кокотюхи. Київ : Смолоскип, 1995. 62 с.
6. Кравець Л. Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст. : монографія. Київ : Видавничий центр «Академія», 2012. 416 с.
7. Красавіна В. В., Зіневич Л. В. Структурно-семантичні, стилістичні та текстові функції епітета в новелі Олеса Гончара «За мить щастя». *Феномен Олеса Гончара в духовному просторі українства : збірник наукових статей.* Полтава : ПНПУ, 2018. С. 140–148.
8. Литвин О. Особливості вживання тропів на позначення рослин у мові твору Уляни Кравченко «Хризантеми». *Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. Вип. 42. 2015. С. 144–149.*
9. Мацько Л.І. та ін. Стилїстика української мови: Підручник. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.
10. Онопрієнко Т. Тропеїчні засоби реалізації прагматичної скерованості художнього тексту. *Вісник Житомирського державного університету. Випуск 40. Філологічні науки.* Житомир, 2008. С. 181–185.
11. Підкамінна Л. В. Епітет Т. Г. Шевченка: генеза, структура і сучасна мовна рецепція. Автореферат дис. ... канд. філол. наук. 10.02.01 – українська мова. Київ, 2011. 22 с.
12. Рудь О. М. Складні прикметники поетичної мови ХХ століття : монографія. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. 248 с.
13. Юріна Ю. М. Ідіостиль Олени Теліги. Дис. ... канд філол. наук. 10.02.01 – українська мова. Херсон, 2016. 194 с.

Rud O. M., Horbatenko I. S. THE FUNCTIONING OF TROPEIC MEANS IN POETIC TEXTS OF SERHIY ZHADAN

The article is devoted to the study of functioning of tropeic means in Serhiy Zhadan's poetic texts as creative elements of his idiosyle. The main tropes that characterise artist's poetic texts are analyzed.

It has been established that in Serhiy Zhadan's poetry, individual and authorial epithets are the most widely used figurative means. With their help, the artist creates original artistic images, introducing them into a poetic

context, giving them new shades of meaning. The author uses traditional epithets in order to understand better the content of poetry, its figurative content, to express his own feelings and worldview. It was found out that poet's color epithets contain not only a color sign, but also metaphorical, often symbolic meaning.

In poetic texts of Serhiy Zhadan, metaphors are found, that are built on the transfer of characteristic features: the names of creatures to the names of creatures; the names of non-beings to the names of non-beings; the names of beings to the names of non-beings. An analysis of metaphors according to their grammatical expression was carried out; the main types of metaphors – substantive, attributive, verbal were identified.

Comparative constructions in Serhiy Zhadan's poetic texts testify to the significant variability of structural forms. The most common structural groups of comparative constructions were analyzed: comparative phrase (uncommon and common) with comparative conjunctions; comparison in the form of ablative case; subordinate comparative sentence; descriptive comparisons; sentences of a comparative structure, in which the object of comparison covers the entire predicative part; comparative connecting constructions, built on the principle of figurative analogy.

It is emphasized that in Serhiy Zhadan's poetic text tropes are used only when they are necessary, expedient and original. They are the main element of artist's figurative thinking; they reflect the language traditions of a certain era, literary direction, artistic tastes and preferences of the author.

Key words: Serhiy Zhadan, poetic text, artistic tropes, figurative and expressive means, epithet, metaphor, comparison.

Стецик Х. М.

Національний авіаційний університет

Добровольська Л. А.

Національний авіаційний університет

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ ДІАЛЕКТИЗМІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «ЗАЛІЗНА ВОДА» МИРОСЛАВА ЛАЮКА)

У статті досліджено стилістичні функції діалектизмів у сучасній українській художній літературі на матеріалі роману «Залізна вода» Мирослава Лаюка. Проаналізовано склад гуцульських діалектних одиниць, мотиви і способи їх використання, з'ясовано їхнє функціональне навантаження у творі. Встановлено, що зі стилістичною метою в мові персонажів і автора твору вжито лексичні діалектизми, фонетичні й граматичні діалектні риси не відображено.

З'ясовано, що діалектизми в мові роману «Залізна вода» Мирослава Лаюка виступають стилістичною категорією. Діалектні слова функціонують як засіб локалізації дії, вказуючи, що вона відбувається в Карпатах. Діалектні лексичні одиниці у творі забезпечують художню переконливість у зображенні персонажів, кваліфікують їх як вихідців із Гуцульщини, виступають виразниками матеріальної й духовної культури носіїв гуцульського говору, знайомлять читача з предметами їхнього побуту, звичаями. Лексичні діалектизми називають специфічні для жителів Гуцульщини реалії, виробничі процеси, є маркерами художньо-означуючих понять, за допомогою яких художня мова репрезентує гуцульськість. З'ясовано, що діалектні лексеми виконують у романі «Залізна вода» також номінативну функцію, оскільки називають речі, для позначення яких літературна мова не має однослівних відповідників. Встановлено, що особливого навантаження – інформативного й експресивного – діалектизми набувають у тих контекстах, у яких ідеться про особливості життя, світогляду і звичок горян. Визначено, що більшість діалектних лексем ужито в мові тих героїв, які беруть участь у створенні сюжетної лінії початку ХХ ст. В описі подій і персонажів нашого часу використано лише окремі діалектизми. Зроблено висновок, що діалектні лексичні одиниці виконують у творі роль часового маркера, розмежовуючи дві сюжетні лінії.

Ключові слова: діалектизм, гуцульський говір, художня мова, мовлення персонажів, мова автора, художня функція.

Постановка проблеми. Властиві сучасному українському літературному процесу активні пошуки нових виразально-зображальних засобів зумовлюють посилення в ньому орієнтації на регіональні відмінності літературної мови, використання в мові художніх творів діалектних одиниць. Намагаючись знайти такий тип словотворення, який би відрізнявся від нейтрального, звичного, загальноновживаного, автори сьогодні часто вдаються до діалектного мовлення, обирають його як матеріал для художньо-словесних експериментів. Діалектно марковані тексти зараз популярні, вони читаються, привертають увагу дослідників, цінуються в контексті елітарної культури.

Тому важливе завдання українського мовознавства сьогодні – аналіз таких текстів з погляду

використання в них діалектних елементів, з'ясування їхньої ролі в досягненні стилістичних завдань, встановлення індивідуально-авторської специфіки вживання діалектних одиниць у художній мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стилістичного навантаження діалектизмів у сучасній художній літературі досліджено фрагментарно. Предметом аналізу українських мовознавців стали діалектні одиниці в художніх творах Ю. Андруховича [2], Т. Прохаська [12], М. Матіос [4; 10], Ю. Винничука [11], М. Дочинця [1], В. Лиса [14], Б. Голода [10], М. Римар [2], В. Шкурмана [2], Ю. Ілленка [2] та ін. На часі – докладне вивчення специфіки використання діалектизмів у творах інших українських

авторів, у яких яскраво діалектні елементи презентовано і які мають виразне «територіальне обличчя», зокрема в художній мові М. Лаюка.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є проаналізувати стилістичні функції діалектизмів у романі «Залізна вода» М. Лаюка.

Виклад основного матеріалу. Діалектизація важливих сегментів комунікативного простору, раніше зайнятого винятково літературною мовою, – це одна із тенденцій розвитку мовної ситуації в Україні на сучасному етапі. Виразно виявляється цей процес у художній літературі. Відсутність жорсткої цензури, вільне тлумачення меж нормативності створили передумови широкого використання в сучасному мистецькому дискурсі діалектних елементів як важливого стилістичного засобу. Сьогодні письменники «вільні у виборі способів вживання діалекту в художній мові, його використання більше не регламентується редакторами-видавцями, художні тексти публікуються в авторській редакції без редакторських поправлень діалектних форм» [2, с. 219]. На відміну від авторів ХХ ст., яким необхідно було відстоювати право на використання діалектних рис у художніх текстах, а опора цензорів на академічний тлумачний словник була останнім аргументом у боротьбі проти регіонально маркованих елементів, сучасні письменники мають усі можливості для широкого введення в художній дискурс діалектних одиниць.

Творення художніх текстів із включенням діалектних елементів у сучасному українському культурному процесі оцінюється як модерн і є ознакою інноваційного художнього руху. Використання діалектного різновиду мови в художньому творі сьогодні є виразним чинником текстотворення, одним із важливих стилістичних прийомів досягнення художніх цілей. Діалектне мовлення сприймається нині як рівноправний вияв національного мовлення, мовотворчий і комунікативний потенціал якого значний [9, с. 224].

Діалектизми в художньому дискурсі є важливим джерелом реалізації авторського задуму і матеріалом для словесних експериментів. У художньому тексті вони можуть виконувати номінативно-пізнавальну, експресивну функції, функцію індивідуалізації персонажа літературного твору, забезпечення художньої переконливості та етнографічної достовірності, типізації мови персонажів, збагачення літературної мови [2, с. 224].

До авторів, помітне місце в мові творів яких займають діалектизми, належить М. Лаюк, сучасний український письменник з Карпат (народився в с. Сходна Косівського району Івано-Фран-

ківської області). Це талановитий автор, твори якого відзначені багатьма преміями. Його роман «Баборня» увійшов до короткого списку «Книги року ВВС», а поетичні книжки «Метрофобія» і «Осоте» було названо найкращими поетичними книжками 2013 і 2015 років за версією порталу «Літакцент». 2019 року видання «Cosmopolitan» назвало М. Лаюка одним з 5 молодих українців, «за якими варто стежити наступні 20 років».

У творах М. Лаюка як письменника з Карпат важливу роль відіграє регіональний колорит, діалектизми, екзотичні для загальноукраїнського читача культурні реалії [5]. Специфіка образів, лексики, синтаксису детермінована, як зауважив сам автор, його походженням: «Як у рівнинних поетів – степ, так у мене – гори. Тому моя відповідь про відчуття чи не відчуття «гуцульського» зовсім не важлива: це те, що є саме собою, те, без чого не дихають» [7].

Образ Карпат є одним із центральних у найновішій книзі М. Лаюка «Залізна вода». Це роман про подорож Лесі Українки до Карпат у 1901-му, коли вона втратила коханого й вирушила на лікування до «залізної води» в Буркут, найдальше карпатське село з унікальним джерелом. Дія роману розгортається у двох часових площинах: на початку ХХ століття і в наш час. На початку минулого століття за Лесею Українкою йдуть невідома поетка, проста гуцулка, плотогон і черниця-бернардинка. У наші дні в пошуках унікального листа слідами письменниці намагаються пройти театральна режисерка і молодий чоловік, який після довгої відсутності повертається в рідні краї – у гори.

Місце подій у романі, його персонажі – Карпати і їх жителі – зумовили наявність у ньому низки діалектних одиниць гуцульського говору. Вони відтворюють культурний і територіальний колорит гуцульських Карпат, створюють «відчуття присутності», напр.: *У дитинстві на початку весни, під час сплавів лісу, ми з хлопцями й дівчатами вишикувалися рядами біля берега, аби дивитися, як хоробрі **дарабники** управляють плотами* (с. 125); *Малі **бахури** щось там стояли, штовхалися – як діти, і один хлопчик трутив мене у воду* (с. 125); *Тягло мене до тої води, до тих скель, де **вуйкові** моєму Прокопові здавило ногу між двох колод* (с. 127). За діалектними лексемами *дарабник* ‘людина, яка сплавляє ліс’, *бахур* ‘хлопець, дитина’, *вуйко* ‘дядько по матері, брат матері’, вжитими в мовленні персонажів, легко впізнається їхня регіональна й етнографічна приналежність: стає очевидно, що мова йде про мешканців Гуцульщини.

Діалектизми в романі «Залізна вода» є необхідним структурним компонентом тієї чи іншої конкретної ситуації, вмиле оперування ними уможливує реалістичне змалювання життя і побуту горян, створення правдивих образів і деталей. Діалектні елементи органічно входять у мовну тканину художнього тексту, збагачуючи базу засобів вираження. Введені автором у спеціальні контексти, вони повною мірою реалізують свої естетичні та пізнавальні можливості.

Більшість засвідчених у творі діалектних одиниць – це лексичні діалектизми, фонетичні й граматичні діалектні риси майже не відображено. Як показує аналіз, переважну частину діалектних лексем ужито в мові тих героїв, які беруть участь у створенні сюжетної лінії початку ХХ ст. В описі подій і персонажів нашого часу використано лише окремі діалектизми, наприклад, *пуделко* ‘коробка’, *креденс* ‘буфет для посуду’, *ровер* ‘велосипед’, *бук* ‘ціпок, палиця, кий’, *білеї* ‘гриби вапняно-білого кольору’: *Мама голосно вишкрябувала цукор з краєчків пуделка* (с. 3); *Анна, щоб розбавити напругу, встала і пішла до трійчатого креденса* (с. 100); *Богдан міг би кататися на ровері, якби згадав, чи взагалі у нього був свій ровер* (с. 104); *Йому шепнули, що якраз у ліску біля нас кинулися перші білеї – гриби вапняно-білого кольору, які він квасив і їв наступного дня після важких алкогольних сп’янінь* (с. 8). Вжиті діалектні слова виступають засобом локалізації дії, вказуючи, що вона відбувається в Карпатах. На початку роману автор окреслює місце подій – Буркут, село Верховинського району Івано-Франківської області. У цьому «найдалшому селі Українських Карпат» перебувала колись Леся Українка і недалеко від нього народився і деякий час жив персонаж, від імені якого ведеться оповідь у творі: *Закінчувалися слова Климента Квітки про Лесю так: «І спогад про побут у Буркуті до самого кінця ховала в душі як святощ»* (с. 4); *Так я її й запам’ятав: захоплена й трохи знервована, мама сидить на дивані з трьома коробками. З першої виймає документи – ... план газифікації, документи на землю, куплену в Буркуті* (с. 2). Художня достовірність в описі подій, які відбуваються в цьому селі та інших населених пунктах Карпат, забезпечується вживанням уже на початку твору діалектних лексем.

Значну концентрацію діалектизмів фіксуємо в мовленні персонажів твору початку ХХ ст., наприклад, Августина Рабинюк з Яворова. Її мову автор стилізує під гуцульський говір, використовуючи лексичні діалектні одиниці: *Агій! А багато! Думок у мене – як ос у мерзенних гніз-*

дах під дахом. Ці нензи, якщо їх розтривожити, здаються безладними... Бо так і є: я до меле-ного м’яса додаю у два рази менше солонини, а відтак буджу на фруктових дровах – грушечка, ябліночка, сливочка (с. 33); *А у нас з Івановою фамілією межують землі; любов – минеться, а земля – вічна!* (с. 36). Діалектні лексеми *ненза* ‘гомота, жеброта’, *солонина* ‘сало’, *будити* ‘коптити’, *ябліночка* ‘яблунька’, *фамілія* ‘родина’, *агій* (вигук, виражає подив, обурення), які є природними для мови жителів Яворова, цілком доречно вживає героїня твору, яка живе в цьому населеному пункті. Таким чином досягається реалізм у творенні образу персонажа, який постає живим, зі справжньою мовою.

Ідентифікують як жителя Гуцульщини діалектизми, використані в мовленні ще одного персонажа роману – Кирила Звінчука: *Я ні разу не був на Чорній горі. Коли живеш у горах, то в гори не ходиш. Хіба якщо треба дерево зрубати, афінів назбирати. Коли я захотів на кичеру піднятися, подивитися згори, то своїм удома казав, що іду в ліс по гриби. Просто так іти – люди не зрозуміють. Ще подумують, ніби я якийсь правдивий вар’ят, дурний на голову* (с. 123). За типово гуцульськими діалектними лексемами *афини* ‘чорниці’, *кичера* ‘гора’, *вар’ят* ‘несамовитий, божевільний’ впізнається належність героя твору до відповідної етнографічної групи – гуцульської.

Особливого навантаження – інформативного й експресивного – діалектизми набувають у тих контекстах, у яких ідеться про особливості життя, світогляду і звичок горян: *Це ми тут у горах переважно моцні, нам важко розуміти, як то людина може бути аж така слаба* (с. 37); *То ми тут у горах – як посудина для голубців: не тріснемо навіть у найсильнішій ватрі* (с. 37); *І ще одне подумав: а може, це вони так гарно лише з нашими, гірськими, людьми говорять, бо бояться від гуцула отримати в дямбу?* (с. 124). Діалектні слова *моцний* ‘сильний’, *ватра* ‘вогнище, багаття’, *дымба* ‘обличчя’ як іншосистемні слова – синоніми відповідних слів літературної мови, увиразнюють експресію, посилюють ефект «присутності» гірських жителів.

Діалектизми в романі «Залізна вода» не тільки забезпечують художню переконливість у зображенні персонажів, кваліфікують їх як вихідців із Гуцульщини – вони виконують й інші стилістичні функції. Діалектні лексеми виступають виразниками матеріальної й духовної культури носіїв гуцульського говору, знайомлять читача з предметами їхнього побуту, звичаями. Пізнавальне

значення мають, наприклад, такі засвідчені у творі діалектизми: *дараба* ‘пліт, збитий із дерев’яних кругляків’, *колиба* ‘житло чабанів і лісорубів’, *телетка* ‘дерев’яний довбаний посуд різної величини для зберігання солі, борошна, зерна; чвертка (= 25 кг)’, *бурішник* ‘хліб з домішками картоплі’, *вурда* ‘варений сир, який виготовляють на Гуцульщині’, *кукуци* ‘обряд на Чистий четвер’, *бутин* ‘рубання лісу’, *арідник* ‘нечиста сила’, *пребанія* ‘парафія католицького священика; садиба, подвір’я, дім парафіяльного католицького священика’: *Коли пропливаємо через моє село, то мама скидає в’язанку з їжею. Переважно ми їмо солонину й бурішники, а мама скидає нам голубці, вурду* (с. 129); *Так сталося, що в тому клунку вона кинула мені жайворонка – такий хлібчик, що в нас на кукуци печуть – гарний, як наші Карпати, коли на них дивитися з кичери* (с. 130); *Зранку батько ще спав, а я вибрався з колиби й пішов до загону* (с. 128); *Панотець тим часом вніс чайник, а служниця філіжанки й телетку з медом* (с. 127); *У нас на дарабі є місце і для ватри, і для сну* (с. 129); *Одразу після нього просто біля нас, неначе Арху-Юда в запрязі з сотні коней, пронісся перший пліт, а за ним інші, ніби решта арідників з некла* (с. 125).

Виділені лексичні діалектизми називають специфічні для жителів Гуцульщини реалії, виробничі процеси, вони виступають маркерами художньоозначуєчих понять, за допомогою яких художня мова моделює гуцульськість, є носіями значної за обсягом позамовної інформації, їх можна назвати квантами знань про світ. Аналізовані діалектні лексеми реалізують також номінативну недостатність літературної мови – називають речі, для позначення яких літературна мова не має однослівних відповідників, тому виконують, отже, номінативну функцію.

Етнографічну функцію, пов’язану з передачею відомостей про матеріальну і духовну культуру гуцулів, реалізують і такі засвідчені в мові твору діалектні одиниці: *гуслінка* ‘кисляк з пареного молока’, *бутин* ‘рубання лісу’, *чир* ‘страва з кукурудзяної або вівсяної муки, вид саламати’, *грис* ‘висівки’, *кулеша* ‘страва з кукурудзяного борошна’: *Загуслила вчора гарної гуслінки й при-*

несла вчора панотцю. Він дуже хвалив її – білу, як сонечко, густу, тлусту (с. 34); *Але хіба годен усе встежити – то корову треба доїти, то свиням чиру насипати, то курям грису дати, то хлопцям їсти варити* (с. 36); *Потім зранку над вознем кулешу пересушила* (с. 38).

Важливою функцією діалектизмів у романі є експресивна, яка ґрунтується на опозиції, протиставленні діалектного слова, позанормативного до слів літературної мови в тексті одного літературного твору [3, с.]. Діалектне слово, введене в мову художнього твору, потрапляє в нове стилістичне середовище, завдяки чому його експресивність ніби подвоюється. З одного боку, воно, як і будь-яке слово художнього тексту, отримує естетичне навантаження, а з іншого, – як іншосистемне слово, яке виступає як стилістичний омонім або стилістичний синонім відповідного слова літературної мови, зазнає додаткової експресивізації [3]. У гуцульському діалекті, наприклад, слова *маржсина* ‘худоба’, *фіра* ‘віз’, *хатчина* ‘кімната малого розміру’ є стилістично нейтральними, однак у мові твору «Залізна вода» М. Лаюка вони експресивізуються через свою незвичність, «асистемність» щодо стандарту літературної мови в межах єдиного тексту, пор.: *Особливо очі – очі маржсини, що положиться, красніші за очі людські* (с. 34); *Кажу ж, зупинилася мені фіра, на якій їхала ця письменниця в керунку Буркута* (с. 157); *Потім приходжу, а вона щось нишпорить по хатчині* (с. 73). Уявна заміна діалектних слів їхніми літературними відповідниками в наведених фрагментах тексту призводить до помітної нейтралізації експресивності та образності.

Висновки. Отже, важливе місце в мовній організації роману «Залізна вода» М. Лаюка займають діалектизми. Їхнє функціонально-стилістичне навантаження зумовлене особливістю композиції й теми твору. Лексичні діалектні одиниці вжито насамперед в описі подій і персонажів початку ХХ ст., вони виступають часовим маркером, розмежовують дві сюжетні лінії. Діалектизми виконують також пізнавальну, етнографічну, експресивну функції, є засобом локалізації подій і досягнення художньої переконливості в зображенні персонажів, ідентифікації їх гуцулів.

Список літератури:

1. Грещук Валентина. Діалектна лексика в романі М. Дочинця «Горянин». *Українознавчі студії*. 2019. Вип. 20. С. 129–140.
2. Грещук Василь. Гуцульський діалект у мові сучасної української літератури. *Вісник Прикарпатського університету. Філологія*. 2012. Випуск XXXII–XXXIII. С. 214–219.
3. Грещук В. Діалектне слово в тексті та словнику : монографія. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2015. 372 с.

4. Колоїз Ж. В. Діалектизми в романі Марії Матіос «Солодка Даруся». *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету: зб. наук. праць*. 2010. Вип. 4. С. 98–117.
5. Коцарев О. «Осоте» Мирослава Лаюка. Критика. XVIII. Число 3–4. С. 197–198.
6. Лаюк Мирослав. Залізна вода. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 264 с.
7. Лаюк Мирослав. Писання пов'язане з радістю. Інтерв'ю. <https://gk-press.if.ua/x21707/>
8. Лаюк Мирослав. За засиллям верлібру ховається страх здатися банальним. <https://starylev.com.ua/news/myroslav-layuk-za-zasylyam-verlibru-hovayetsya-strah-zdatysya-banalnym>
9. Ніколаєнко І. О. До питання про «олітературення» діалектів. *Лінгвістика : зб. наук. пр.* 2010. № 3 (21). Ч. 1. С. 223–227.
10. Пена Л. Гуцульські діалектні риси в поезії Марії Матіос. *Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Філологія*. 2010. Вип. 25–26. С. 77–81.
11. Стецик Христина. Наддністрянський діалект у сучасній українській літературі. *Українознавчі студії*. 2019. Вип. 20. С. 142–150.
12. Ципердюк О. Гуцульські діалектизми в мові роману «Непрості» Тараса Прохаська. *Вісник Прикарпатського університету. Філологія*. 2012. Вип. 32–33. С. 242–250.
13. Ціхоцький І., Боросовська І. Мова та стиль історичної белетристики Юрія Винничука (на матеріалі діалогії «Аптека» і «Сестри крові»). *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 2. С. 72–76.
14. Яворський А. Лексика волинсько-поліської говірки в романі Володимира Лиса «Століття Якова». *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 2013. Вип. 36. С. 137–142.

Stetsyk Kh. M., Dobrovolska L. A. STYLISTIC FUNCTIONS OF DIALECTICISM IN MODERN UKRAINIAN LITERATURE (BASED ON THE NOVEL «IRON WATER» BY MYROSLAV LAIUK)

In the article the stylistic functions dialecticism in modern Ukrainian fiction based on the novel «Iron Water» by M. Laiuk are investigated. Composition of Hutsul dialect units, motives and method of their use been analyzed, functional load in the work has been established. For stylistic purposes lexical dialecticisms are used in the language of the characters and the author of the work, phonetic and grammatical dialect features are not reflected.

Dialecticism in the language of the novel «Iron Water» by Myroslav Laiuk act as a stylistic category. Dialect words act as a means of localizing the action, indicating that it takes place in the Carpathians. Dialect lexical units in the work provide artistic persuasiveness in the portrayal of characters, qualify them as natives of the Hutsul region, express the material and spiritual culture of Hutsul speakers, introduce the reader to their everyday objects, customs. Lexical dialecticisms refer to the realities and production processes specific to the inhabitants of the Hutsul region and are markers of artistically meaningful concepts that model Hutsulism. In the novel «Iron Water» dialect lexemes also perform a nominative function, they name things for which the literary language has no one-word counterparts. Dialecticism acquire a special informative and expressive load in those contexts in which it is about the peculiarities of the life, outlook, and habits of the highlanders. Most dialect words in the language of those characters are used, who participate in the creation of the story line of the beginning of the 20th century. In the description of events and characters of our time, only certain dialectics are used. Dialectal lexical units perform the role of a time marker in the work, demarcate two storylines.

Key words: *dialecticism, Hutsul dialect, artistic language, author's language, the language of the characters, stylistic function.*

УДК [[811.161.2'373:355]:659.133]:355.48(47:477)''2022''
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/14>

Хода Л. Д.

Львівський національний університет імені Івана Франка

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Стаття присвячена аналізу мовних особливостей реклами, зокрема зовнішньої, в умовах воєнного часу (починаючи з повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 р.). Проаналізовано стан дослідження рекламних текстів: до 2020 року увага учених зосереджена на мовній специфіці комерційних рекламних слоганів та на механізмах їхнього впливу на споживача; упродовж 2020–2021 рр., як засвідчують дослідження, інтерес учених викликала поява коронавірусної лексики та її проникнення в рекламні тексти; у 2022 р. зафіксовані розвідки, присвячені вивченню особливостей соціальної реклами воєнного часу.

Визначено, що основним засобом поширення соціальної реклами в умовах воєнного часу стала зовнішня реклама, репрезентована білбордами, плакатами, вівісками на зупинках.

У статті проаналізовано патріотичні гасла, зафіксовані на білбордах України з лютого 2022 р. Гасла систематизовано в декілька груп, а саме: цитати військовослужбовців, головнокомандувачів; цитати з гімну України; цитати українських письменників або уривки з їхніх поем та поезій; гасла з ключовими лексемами, зокрема «Україна», «перемога», «ЗСУ», «мова» та ін., що звучать від імені всього українського народу; гасла-заклики до українського народу; гасла про захисників України або звернення до них; гасла-звернення релігійного характеру; гасла по-українськи (гумористична народна творчість). Щодо мовного оформлення цих гасел, зафіксовано вживання військової термінології, нецензурної лексики, трансформованих цитат.

Із відновленням рекламної діяльності в березні-квітні 2022 р. у брендингу деяких товарів та послуг також з'явилися рекламні тексти з використанням патріотичних мотивів та військової термінології. Окрім цього, заслуговують на увагу тексти, які містять мовну гру, англіцизми, okazionalizmi. У цьому контексті виокремлено дві групи текстів: тексти з патріотичними гаслами та мотивами, а також тексти з рекламуванням продукту в доповненій воєнній реальності.

Ключові слова: *реклама воєнного часу, зовнішня реклама, соціальна реклама, патріотичні гасла, військова термінологія, трансформовані цитати, англіцизми, okazionalizmi.*

Постановка проблеми. Рекламний ринок України за час свого існування пройшов різні етапи розвитку, зумовлені насамперед появою нових інформаційних технологій та стрімким зростанням обсягів інформації. Разом із активним розвитком ринкової діяльності та поширенням різноманітних засобів інформатизації змін зазнала й сама реклама, зокрема її мовне оформлення. Про це свідчить низка праць, присвячених мовній специфіці рекламних текстів. Варто зазначити, що до 2020 року в лінгвістичній площині дослідження реклами простежуємо тенденцію до вивчення мовних механізмів впливу комерційних рекламних слоганів на свідомість споживача. Проте реальність 2020–2021 рр., пов'язана з пандемією коронавірусу COVID-19, суттєво змінила характер рекламних текстів та їхні функції. Адже рекламу, як і увесь світ, заповонила коронавірусна лексика, яка поступово стала предметом дослідження багатьох учених. У цій

області зафіксована велика кількість праць (напр., С. Омельчук, Т. Мандич [4]), О. Щепка [10] та ін.).

Протягом окресленого періоду особливого поширення набула соціальна реклама, яка досить популярна за кордоном, але подекуди обмежено представлена у вітчизняному інформаційному просторі [2, с. 165]. Йдеться про рекламу, у якій основна увага зосереджена на суспільно вагомих проблемах, тому рекламні тексти часто містять емоційні мотиви: мотиви страху, любові, свободи, патріотизму, тощо. Ці мотиви ми можемо аналізувати й у 2022 році, але в зовсім іншій інтерпретації, оскільки російсько-українська війна докорінно змінила життя українського народу. Відтак і рекламна галузь, як багато інших, у лютому 2022 р. призупинила свою діяльність. Реклама перестала існувати як комерційне джерело доходів. Телерекламу як один із наймасовіших засобів рекламування замінив національний телемарафон «Єдині новини #UAPразом». У цей

період із усіх різновидів реклами поширення набула соціальна реклама як важливий складник патріотичної пропаганди. Із введенням у країні воєнного стану соціальна реклама миттєво відрегулювала на нові виклики [3, с. 291, 294].

Основним інструментом поширення соціальних рекламних текстів стала зовнішня реклама – «графічна, текстова або інша інформація рекламного характеру, яка розміщується на спеціальних тимчасових і/або стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїзною частиною вулиць і доріг або на них самих» [9, с. 155].

Варто відзначити, що існує багато носіїв зовнішньої реклами, проте реклама воєнного часу репрезентована передусім білбордами, плакатами, вивісками на зупинках. Завдяки великоформатності та гнучкості розміщення цих об'єктів рекламна інформація є виразною та доступною для народу, а у воєнний час і особливо необхідною. Адже патріотичні гасла, які з неймовірною швидкістю поширилися в усному мовленні, знайшли своє місце саме на рекламних щитах. Такі гасла є надзвичайно важливими, зокрема, для підтримки інформаційного та військового фронтів, тому, на нашу думку, це питання заслуговує на увагу та потребує детальнішого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З 2014 року, з якого бере свій початок російсько-українська війна, зафіксовані розвідки, присвячені вивченню текстів патріотичної реклами. Зокрема, «Патріотична реклама в Україні: відповідь на виклики часу» В. Осаули [5]; «Реклама як засіб патріотичного виховання» А. Согорін [8]; «Креативні стратегії соціальної реклами на патріотичну тематику: український досвід» Ясір Хамза Салман Аль Худірі [11]. У інтернет-просторі фіксуємо також статті 2022 року, у яких основна увага зосереджена передусім на питаннях, що є важливими для рекламодавців, а саме: як продавати свій продукт в умовах війни, як відновити постраждалий бізнес та розробити нові рекламні стратегії, як підтримати економіку своєї країни та ін. [6]. Попри те, знаходимо й дослідження, присвячені соціальній рекламі воєнного часу, зокрема рекламним білбордам (Мороз І. [3], В. Гусаченко [1]). Припускаємо, що мовна специфіка рекламних текстів воєнного 2022 року ще не встигла стати предметом дослідження учених, оскільки український бізнес на деякий час призупинив свою рекламну активність. Тому спостері-

гаємо незначну кількість нових комерційних текстів, пристосованих до умов воєнного часу.

Мета нашого дослідження – проаналізувати мовні особливості рекламних текстів зовнішньої реклами, створеної в Україні в умовах воєнного 2022 року.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи тексти соціальної реклами, вважаємо за доцільне зупинити увагу на особливостях патріотичних гасел, які набули поширення в усному мовленні та швидко з'явилися на білбордах усієї країни. У дослідженні виокремлюємо декілька груп текстів, тісно пов'язаних між собою воєнними реаліями. Деякі групи репрезентовані цитатами:

1. Цитати українських військовослужбовців, головнокомандувачів. На білборах, плакатах, вивісках на зупинках зустрічаємо гасло українського народу, яке стало крилатим для всієї України і облетіло світ – *«руській ваєнний карабль іді на *уй»* – фраза-відповідь українських солдатів з острова Зміїний, яку почув під час російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 р. російський окупаційний корабель на пропозицію здатися. На білбордах зустрічаємо різне написання цієї фрази із використанням нецензурної лексики. Окрім цього гасла, зафіксоване й *«россія, іді на *уй»*, а також трансформований варіант без лайки *«русский военный корабль, ну шо, ты дошел?»*.

У східних областях України на білбордах зафіксовані звернення-заклики українських солдатів до гідності та совісті російських окупантів їхньою ж мовою:

Русский солдат, остановись! Не становись убийцей. Уходи! Оставляйся человеком!; Не убивай жизни ради путина. Возвращайся домой с чистой совестью; Как ты сможешь смотреть в глаза своим детям? Уходи! Оставляйся человеком!; Россия, давай, до свидания!; «Беггите с нашей земли пока живые!; Нас не нужно спасать. Наш дом – Украина. Русские, прочь!; Русским солдатам здесь не рады. Вместо цветов тебя ждут пули. Уходи! Возвращайся к семье; путин проиграл, весь мир с Украиной!

Гасла такого характеру вкотре підкреслюють, що український народ виступає за мир у всьому світі, тому закликає ворога зупинитися.

На білбордах також розміщені фрази генералів та полковників:

Валерій Залужний. Головнокомандувач ЗСУ. «Як би важко нам не було, але вже точно не буде соромно»; Перемога не дається легко, вона виборюється. Валерій Курко. Полковник, лицар

ордена Богдана Хмельницького, командир 103-ї окремої бригади територіальної оборони.

У межах цієї групи розглянемо й гасла, які звучать від імені Збройних Сил України чи державних служб. Зауважимо, що такі гасла іноді містять військову термінологію:

Армія захищає твій спокій. 4.5.0. *Все спокійно (військовий сленг); Національна гвардія України. З нами міць всієї України!; Державна прикордонна служба України. Ми – сильні, незалежні та непереможні! Оберігаємо рідну землю!; Морська охорона ДПСУ. Морська охорона завжди напоготові – на морі і суходолі; Оперативне командування «Південь» ЗСУ. Ваша довіра – наша сила! Мужність єднає покоління!; Поліція Одещини. Ми на своїй землі! За нами правда і перемога!*

2. Цитати з гімну України «Ще не вмерла Україна»:

В ріднім краю панувати не дамо нікому; Згинуть наші вороженьки, як роса на сонці.

3. Цитати українських письменників або уривки з їхніх поем та поезій:

Лиш боротись – значить жить! Леся Українка.

З поеми «Кавказ» Тараса Шевченка звучать уривки:

Борітеся – поборете! Вам Бог помагає! Т. Шевченко; / І вам слава, сині гори, / Кригою окуті. / І вам, лицарі великі, / Богом не забуті. / Борітеся — поборете, / Вам Бог помагає! / За вас правда, за вас слава / І воля святая!

Із вірша Т. Шевченка «І Архімед, і Галілей» на білбордах зустрічаємо уривок поєднаний з трансформованою цитатою поета «Борітеся – поборете!»:

*І на оновленій землі / Врага не буде, супостата, / А буде син, і буде мати / І будуть люди на землі. Т. Шевченко. **Борімося – поборемо!***

Зафіксовані й інші трансформації цитат, зокрема із «Заповіту» Т. Шевченка:

*Щоб лани широкополі, і Дніпро, і кручі, стали вам могилою, москалі *бучі. Слава Україні – Героям Слава! (У трансформованій цитаті використана нецензурна лексика, оригінал вірша: *Щоб лани широкополі, і Дніпро, і кручі, Було видно, було чути, / Як реве ревучий*).*

Упродовж 2022 року фіксуємо на білбордах цитати й сучасних українських письменників, зокрема, Ліни Костенко:

Нації вмирають не від інфаркту. Спочатку їм відбирає мову. Ліна Костенко.

4. Гасла з ключовими лексемами «Україна», «перемога», «ЗСУ», «мова», що звучать від імені всього українського народу:

Слава Україні! Героям Слава!; Слава Україні. Ми переможемо!; Разом переможемо! Все буде Україна!; Україна переможе!; Разом до перемоги!; Разом сила!; Перемога за нами; Україна понад усе!; Все буде Україна!; Добрий вечір! Ми з України!; Сміливість творить Україну; Україна – це не просто місце на карті! Країна, за яку ми відповідаємо; Віримо в ЗСУ;

Мова – це наша зброя; Мова – це наша безпека; Мова об'єднує; Де закінчується українська мова, там закінчується Україна; Без мови немає нації; Наша мова – наша свобода; Є мова. Є українці. Є держава. Є майбутнє.

До цієї групи зараховуємо й гасла, у яких ключовою лексемою виступає найбільший літак світу АН-225 «Мрія», що знищили в перші дні війни російські війська. Проте український народ незламний і мрію його не знищити, тому на білбордах звучать гасла:

Мрію не спалити!; Росія знищила нашу стару «мрію», а нову ми зараз будуюмо!; Ми відбудуємо нашу Мрію!; Вони можуть знищити залізо, але не нашу мрію.

Гасла такого характеру підтримують бойовий дух українського народу, у якого зростає віра в перемогу.

У цій групі текстів також розглянемо гасла з ключовою лексемою, якою виступає власна назва – місто України:

Херсон – це Україна!; Миколаїв – це Україна; Врятуймо Маріуполь!; Маріуполь, приймемо всіх! Ужгород; Харків, спасибі!; Херсон, ЗСУ поруч!; Чорнобайка. Можемо повторити.

5. Гасла-заклики до українського народу:

Дороженькі, тримаємось! Вже зовсім скоро завалимо їх! (NB! Вжито сленгізм завалити – убити когось); Зберігаємо спокій і віримо в Збройні Сили України; Війна калічить навіть слова. Зупини війну, допомагай армії!; Нас – все більше. Їх – все менше.

6. Гасла про захисників України або звернення до них:

Справжні герої носять форму ЗСУ; Ангели носять піксель! Слава ЗСУ та всім захисникам України!; Хлопці, ВИ – космос! Україна з вами; ЗСУ та всі захисники України! Дякую за ранок.

Такі гасла підтримують та зміцнюють українських воїнів.

7. Гасла-звернення релігійного характеру:

Господь, дай силу нашим воїнам!; Будь з нами, Господи, бережи і помилуй нас; Адже ти Господи спасаєш. А очі пихатих упокорюєш; Слава Богу, що наші очі побачили ранок нового дня; Господь

захищає Україну; Господь, дай силу нашим воїнам; Молися Богу! Служи народу! Захищай Україну!

Цитати з Біблії: *Тому що з тобою, я прожену ворожі загони, і з моїм Богом подолаю мури. Псалом 18:28-30.*

8. В окрему групу виокремлюємо гасла по-українськи, що репрезентують народну, часто гумористичну творчість із використанням нецензурної лексики. Це також можуть бути популярні меми щодо втрат російської армії або повчання від українців:

Київ Москву хрестив, Київ Москву і відспіває; Яка різниця між москалем і цибулею? Коли ріжеш цибулю – плачеш!; А вам казали не на..., а в Україну!; Ворог по небу літає – Дупа ворога палає; 1/3 мастила. 2/3 бензину. 100 % ненависті. З Масляною! (Частування окупантів коктейлями на Масляну); Лізуть, бляха, швидко, тліють, курва, довго.

Гумористична реклама підбадьорює українців. Серед цих гасел зафіксовані й ті, що звучать для окупантів:

Горящий тур: Увидеть Україну і умереть! Коктейли включены.

Слід відзначити й знаменитого пса Патрона, який допомагав знешкоджувати вогнебезпечні предмети та став зіркою інтернету, героєм малюнків-мемів, деякі з яких з'явилися і на білбордах:

Патрон застерігає! Якщо бачиш підозрілий предмет -не підходь -не чіпай +тедефонуй 101; Патрон. Геть з України, москаль некрасивий! (NB! Фраза Андрія Данилка «Геть з України, москаль некрасивий» з 2004 року, слово «некрасивий» можна ідентифікувати як свідомо створений суржик – штучно об'єднані елементи різних мов без дотримання норм літературної мови); Спи спокійно, дорогенька! Я працюю.

Як бачимо, патріотичні гасла, що зародилися у воєнний час, стали крилатими фразами, які якнайглибше відзеркалюють дух українського народу і його боротьбу за волю та незалежність. Ці гасла є народною творчістю та інструментами інформаційної війни.

У березні-квітні 2022 р. рекламний бізнес поступово почав відновлювати свою діяльність. Зазначимо, що передусім рекламну діяльність відновили мобільні оператори, фармацевтичні компанії, сфера харчової продукції, заклади вищої освіти, а згодом і більшість торговельних мереж. Разом із цим достеменно змінилися мовні особливості рекламних текстів, серед яких ми виокремлюємо тексти з патріотичними гаслами та мотивами на підтримку української армії та

народу, а також тексти з рекламуванням продукту в доповненій воєнній реальності:

Нафтогаз. Вистоймо. Переможемо. Відбудуємо; Lifecell; Морозиво Лімо. Будь сміливим, як Україна; Сільпо. Те, що зруйновано, ми відновимо; Сільпо. Діємо, боремося, любимо у ритмі війни; Сільпо. Прості мрії у непростий час; Україна понад усе! Епіцентр. Працює для перемоги; UNI FORCE. Час бути сильними; Львівська копальня кави. Як роса на сонці втрати окупантів. москалі 69700; літаки 272; гелікоптери 251; танки 2640; бойові броньовані машини 5378 (NB! «як роса на сонці» – з гімну України «Ще не вмерла Україна»).

EREKHID. Ти підтримуєш ЗСУ, а ми – твій бізнес; Сумський державний університет: Наближаємо перемогу озброєні освітою. Ми унікальні, сильні, сміливі. Моє покоління переписує історію; Sharzan. Арахісовий хім підтримує Україну світ!

Особливо хочемо відзначити використання у рекламних текстах іншомовної лексики та появу okazionalizmів. Наприклад, поширення набули лексеми «донат» (з англ. *donat* – пожертвувати) та похідні від неї «донатити», «задонатити»:

Задонат на ЗСУ. Отримай янголятко-оберег. ТРЦ Караван; Сільпо. Знижуємо ціни, щоб ви могли більше донатити!

Окрім патріотичних гасел, звернень до українського народу, рекламотворці, враховуючи воєнні події, почали використовувати традиційні методи привернення уваги споживача, наприклад, мовні ігри:

Сільпо. Фудбудуємо (замість Відбудуємо) майбутнє. Проект підтримки гастропідприємців.

Заслугують на увагу okazionalizmi, які передають емоційний стан українців у воєнний час. Наприклад, рекламотворці торговельної мережі продовольчих супермаркетів «Сільпо» розробили цікаві слогани з новими лексемами:

Здивоворк – коли ти спантеличений подіяма, але продовжуєш працювати; Круасум – коли прийшов у «Сільпо», а крусанчики вже розібрали.

Рекламотворці адаптували тексти до умов воєнного часу, використовуючи лексеми військової тематики. Брендинг товарів і послуг збагатився використанням таких образів, як «Байрактар», «Джавелін»:

Акція «байрактар». Усуває бар'єри у спілкуванні.

ТМ «Рибак» розробила окремий продукт під назвою «Джавелінки» для ЗСУ – дві сирокочені ковбаски, які призначені для швидкого перекусу військових. У селищі Гоголеве на Полтавщині завдяки волонтерам та місцевим жителям

з'явилася домашня локшина під назвою «Гоголівська джавеліна», а звідси й римовані слогани «Гоголівська джавеліна – найсмачніша в Україні», «Гоголівська джавеліна – перемога за хвилину» та ін.

Зауважимо, що засобами поширення проаналізованих рекламних текстів є як зовнішня реклама, так і інтернет-реклама.

Попри те, що не всі споживачі прихильно сприймають рекламні тексти з використанням патріотичних мотивів, національної символіки, називаючи це «спекуляцією на темі війни», «модю на українське» з корисливими цілями рекламодавців продати свій продукт, ми все ж таки вважаємо, що реклама як засіб комунікації має відображати реальність суспільства. Але в цьому контексті доцільним є твердження соціологині Надії Міхно про те, що існує етична межа, яка не може бути порушена, щоб не знецінювалися ті дії, що роблять ЗСУ та Україна загалом [7]. Варто відмітити й допомогу з боку

рекламодавців, які створюють і підтримують різні соціальні проекти, українські фонди, розміщуючи реквізити з метою збору коштів на потреби Збройних Сил України та віддаючи відсоток від продажів на оборону України.

Висновки і пропозиції. З проведеного дослідження можемо зробити висновки, що мова зовнішньої реклами України 2022 року відображає воєнний час. Ці реалії враховують і рекламодавці та рекламотворці, які поширюють тексти соціальної реклами (патріотичні гасла) та рекламні тексти комерційних товарів та послуг у доповненій реальності. На основі проаналізованого матеріалу зафіксоване використання військової лексики, нецензурної лексики, трансформованих цитат, англіцизмів, сленгізмів, okazionalizmів.

Перспективи дослідження вбачаємо в подальшому вивченні мовної специфіки різних видів україномовної реклами, створеної в умовах воєнного періоду.

Список літератури:

1. Гусаченко В. Зовнішня реклама України в умовах воєнного часу. 19.05.2022 // <https://eba.com.ua/zovnishnya-reklama-ukrayiny-v-umovah-voennogo-stanu/>
2. Караваєва Т., Тер-Григорьян М. Слогани соціальної реклами як віддзеркалення ціннісної картини світу: аспект міжкультурної комунікації. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*. Київ, 2019. Том 30 (69). № 1. С. 165–169.
3. Мороз І. Соціальна реклама в часи війни: особливості висвітлення в підручниках історії. Міжнародна науково-практична конференція. URL: https://lib.iitta.gov.ua/731865/1/oporoz_I_PSP_tezy_2022.pdf
4. Омельчук С., Мандич Т. Контекстний аналіз аббревіатури COVID-19 та лексичних варіантів її на перетині лексикології, словотвору й синтаксису. *Challenges and achievements of European countries in the area of philological researches* : Collective monograph. Vol. 2. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2020. P. 112–131.
5. Осаула В. Патріотична реклама в Україні: відповідь на виклики часу. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. № 2. 2019. С. 148–154.
6. Петренко Г. Реклама воєнного часу. *Детектор медіа*. 11.04.2022. URL: <https://detector.media/rinok/article/198292/2022-04-11-reklama-voennogo-chasu/>
7. Петрова О. Патріотичний маркетинг – маніпуляція чи виживання для бізнесу? *Dnipro.tv*. 7.7.2022. URL: <https://dnipro.tv/news-dnipro/patriotychnyi-marketynh-manipuliatsiia-chy-vyzhyvannia-dlia-biznesu/>
8. Согорін А. Реклама як засіб патріотичного виховання (за результатами масового та експертного опитувань). *Український соціум*. 2016. № 4 (59). С. 134–139.
9. Стеценко В. Зовнішня реклама як сучасний засіб комунікації міста. *Інноваційна економіка*. 2014. № 6. С. 155–158. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_6_29
10. Щепка О. Український вокабуляр коронавірусу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Том 32 (71). № 2. Ч. 1. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/2_2021/part_1/17.pdf
11. Ясір Хамза Салман Аль Худірі. Креативні стратегії соціальної реклами на патріотичну тематику: український досвід. *Наукові записки Інституту журналістики: щоквартальний науковий збірник*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ, 2017. Т. 66. С. 77–85.

Khoda L. D. LINGUISTIC FEATURES OF THE OUTDOOR ADVERTISING OF UKRAINE IN THE WARTIME CONDITIONS

The article is devoted to the analysis of advertising linguistic features, in particular the outdoor advertising, in the wartime conditions (starting with the full-scale invasion of Russia on the territory of Ukraine on February 24, 2022). The advertising texts research state has been analysed: till 2020 the researchers' attention was focused on the linguistic specificity of commercial advertising slogans and on the mechanisms of their influence on the consumer; in the period of 2020-2021, as studies show, the emergence of coronavirus

vocabulary and its penetration into advertising texts generated the scientists' interest; in 2022 the intelligence has been recorded, dedicated to the study of the wartime social advertising features.

It has been determined that the key means of spreading social advertising in the wartime conditions became the outdoor advertising, represented by billboards, posters and signs at the bus stops.

The patriotic slogans recorded on the billboards of Ukraine since February 2022 have been analysed in the article. The slogans have been systematised in several groups, namely: quotes of military personnel, commanders-in-chief; quotes from the national anthem of Ukraine; quotes of the Ukrainian writers or excerpts from their poems; slogans with key lexemes, in particular «Ukraine», «victory», «Armed Forces of Ukraine», «language», etc., that sound on behalf of the entire Ukrainian people; slogans-appeals to the Ukrainian people; slogans about defenders of Ukraine or appeals to them; slogans-appeals of the religious character; slogans in Ukrainian style (humorous folk art). Regarding the linguistic design of these slogans, the use of military terminology, obscene language, and transformed quotations has been recorded.

After the promotional activities resumption in March-April 2022, advertising texts using patriotic motifs and military terminology also appeared in the branding of some goods and services. In addition, the texts containing language play, anglicisms, and occasionalisms deserve our attention. In this context, two groups of texts have been distinguished: the texts with the patriotic slogans and motifs; and the texts with the product advertising in the augmented military reality.

Key words: *wartime advertising, outdoor advertising, social advertising, patriotic slogans, military terminology, transformed quotes, anglicisms, occasionalisms.*

Царьова І. В.

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ КРИМІНАЛІСТИЧНИХ ЕКСПЕРТИЗ

У статті проаналізовано особливості вживання термінології криміналістичних експертиз. Зосереджено увагу на вивченні структурного складу, типізації термінів криміналістичних експертиз. Наголошено, що невизначеність термінології та відсутність єдиного підходу до позначення різних видів експертиз ведуть до різночитань та неузгодженості під час проведення слідчих дій та слухання справ у судах. Уніфікація терміносистеми криміналістичної експертизи є однією з основних умов правильного розуміння спеціалізованого тексту, що є базисом прийняття відповідного рішення під час розслідування певного злочину. Виокремлення групи термінів відбувається на основі здатності спеціальних наукових лексем утворювати цілісну систему, показником якої є наявність системних зв'язків на основі співвіднесеності лексичного значення кожного зі складників. Специфічність формування термінології «криміналістична експертиза» зумовлює використання в складі її терміносистеми значної кількості термінів суміжних галузей знань: юридичної, судочинної, правознавчої, а також природничо-математичних, інженерно-технічних і гуманітарних дисциплін. Нормативні вимоги системності щодо термінів криміналістичної експертизи мають певну специфіку, яка полягає в тому, що, крім упорядкування в загальній системі зазначених наук, терміни повинні також логічно вписуватися в систему базових та суміжних наук кримінально-правового циклу. Процеси розвитку й становлення мови експерта особливо виразні на сучасному етапі – етапі утворення української юридичної термінології, а саме, судово-експертної термінології (через різні історичні обставини – русифікація, полонізація, запозичення). Визначено основні особливості їх граматичної будови та кількості складників.

Ключові слова: лексема, лексика криміналістичної експертизи, термін, терміносистема криміналістичної експертизи, структурний тип аналітичних термінів криміналістичної експертизи.

Постановка проблеми. Сучасні теоретичні та практичні завдання криміналістики вимагають від фахівців уваги до лінгвістичних проблем, які постають під час наукових досліджень криміналістичної діяльності. Теорія неспроможна уникнути свого термінологічного апарату – мови науки, оскільки термінологія – це мовна форма предметного висловлювання думки. В основі природної мови існує створення тих чи тих термінів, символів, зрозумілих у конкретній галузі наукового знання. На відміну від природної мови вони наділені необхідними для наукового пізнання чіткістю та однозначністю.

Стан і умови боротьби із сучасною злочинністю вимагають вирішення нових завдань перед криміналістикою. Спеціальна лексика криміналістичної експертизи має досить різноманітний склад і незвичний характер свого вираження, що потребує опрацювання її системних зв'язків. Необхідним, на нашу думку, у дослідженні семантико-значенневих зв'язків термінологічної системи криміналістичних експертиз є роз-

криття сутності категорій «поняття» і «термін», які не є тотожними. Поняття – це відображення об'єктивної дійсності в її суттєвих ознаках. Термін уособлює поняття відповідно до знакової форми, є його носієм, зовнішнім символом [1]. Тому категорія «термін» є вужчою і практично відображає короткий зміст більш широкого у своєму розумінні «поняття» (визначення або дефініції).

Терміносистема криміналістичної експертизи на сьогодні дедалі частіше стає самостійним об'єктом дослідження, адже стандартизація лексемного апарату криміналістичної експертизи є надзвичайно важливим процесом для розуміння специфіки, структури та семантики криміналістичної термінології взагалі. Уніфікація терміносистеми криміналістичної експертизи є однією з основних умов правильного розуміння спеціалізованого тексту, що є базисом прийняття відповідного рішення під час розслідування певного злочину. Водночас криміналістична експертиза обслуговує різноманітні аспекти, насамперед відіграє функцію інструмента вирішення кола

завдань, що пов'язані з розслідуванням механізму й умов скоєння злочинів. У її складі вагома кількість розділів: «методологія криміналістики, криміналістична техніка, слідча тактика, методика розслідування окремих видів злочинів» [2, с. 21]. До системи тактичних дій, що використовуються задля вирішення механізму злочину, належить криміналістична експертиза.

Специфічність формування термінології «криміналістична експертиза» зумовлює використання в складі її терміносистеми значної кількості термінів суміжних галузей знань: юридичної, судочинної, правознавчої, а також природничо-математичних, інженерно-технічних і гуманітарних дисциплін. На нашу думку, уніфікація термінології (приведення до однаковості термінів) криміналістичних досліджень в цей час будується завдяки наслідуванню домінуючої теорії судової експертизи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для вироблення теоретичних засад української термінології криміналістичних експертиз та впорядкування поняттєвого апарату важливим підґрунтям стали наукові праці: Н. Артикуци, В. Атаманчука, Р. Белкіна, Л. Гапонової, В. Радецької, В. Шепітька, О. Юрчук. Вивчаючи юридичну мову з різних позицій, учені формують об'єктивне цілісне розуміння специфіки, складу, структури терміносистеми криміналістичних експертиз.

Постановка завдання. Законодавство України потребує забезпечення всіх правових галузей унормованою юридичною термінологією. Терміни криміналістичних експертиз є досить поширеними у практичній діяльності Національної поліції України та потребують особливої уваги, адже їх неправильне використання може стати причиною хибного сприймання і розуміння контексту, зокрема висновку експерта, і лінгвістами практично не досліджувалися. У статті послуговуємося розглянути особливості вживання термінології криміналістичних експертиз.

Виклад основного матеріалу. Уніфікація терміносистеми криміналістичної експертизи потребує відбору того терміна, що найбільше відповідає позначуваному поняттю. Виокремлення групи термінів відбувається на основі здатності спеціальних наукових лексем утворювати цілісну систему, показником якої є наявність системних зв'язків на основі співвіднесеності лексичного значення кожного зі складників [3].

В експертній практиці та криміналістичній літературі спостерігаються різні підходи до використання спеціальних термінів та визначення

понять. У термінологічних словниках з криміналістики та судової експертизи під *переклеюванням фотографії* розуміється «спосіб підробки документа, що полягає у повній або частковій заміні фотографії на особистому документі фотографією іншої особи». Зовсім інший сенс у цей термін вкладають, коли зазначають «повторне приклеювання світлин, що відклеїлася, на те ж місце». Для виключення можливості двозначного тлумачення понять та визначень потрібна конкретизація термінологічного та понятійного апарату. Висновок про факт переклеювання фотографії повинен бути сформульований так, щоб слідчому, суддям було зрозуміло, чи має місце заміна фотографії, або фотографія була наклеєна на документ двічі. Інтегрований характер криміналістичних знань передбачає виникнення проблем стандартизації термінів, тому для їх вирішення необхідно використовувати досвід лінгвістичного обґрунтування вживання термінів.

Вагомим напрямком у галузі термінознавства криміналістичної експертизи є інвентаризація термінів, що складається з трьох самостійних видів: упорядкування, стандартизації термінів та термінологічного редагування.

Вимоги до упорядкування термінів можна подати схематично (див. *Схема 1*)

Поява та подальше використання нових термінів криміналістичної, судової експертизи має обов'язково скасовувати використання раніше наявних понять, адже полісемія (від грец. πολυσημεία – «багатозначність») не дозволить її адекватно сприймати або передавати необхідну інформацію в теорії, практичній діяльності. На сторінках наукової та навчальної літератури, у процесуальних документах одночасно продовжують застосовувати терміни, як «почеркознавство» та «графологія», «фоноскопична експертиза» та «фонографічна експертиза», «одорологічна експертиза» та «ольфакторна експертиза», «загальна теорія судової експертизи» та «експертологія» та ін. У 80-х роках у межах трасологічної експертизи був сформований новий розділ – «мікротрасологія», визначено її предмет, об'єкти, сформульовані поняття, розв'язувані завдання при дослідженні мікрооб'єктів. Іноді нове дуже успішно пояснюється через старе, вже знайоме та науково визначене, наприклад, запроваджено поняття «зброєзнавство».

Системність термінів засвідчує те, що всі терміни певної мови і тим більше самостійної галузі знання взаємопов'язані між собою [4, с. 48]. Такі елементи термінологічної системи «пов'язані



Схема 1. Нормативні вимоги упорядкування термінів

один з одним на понятійному, лексико-семантичному, словотвірному (дериватологічному) та граматичному рівнях» [3]. Іншими словами, термін вказує на зв'язок між поняттями і визначає місце поняття, що виражається терміном серед інших понять.

Не володіючи спеціальною термінологією, експерти іноді використовують довільні визначення. Наприклад, у висновках експертів можна знайти фрази «на внутрішній стороні верхньої обкладинки паспорта...», «на внутрішній стороні нижньої обкладинки паспорта...». Правильно в таких випадках використовувати поліграфічні терміни – «передній форзац» та «задній форзац».

Про важливість та необхідність дотримання вимог системності часто згадується і на сторінках наукової літератури, присвяченої актуальним проблемам криміналістики та загальної теорії судової експертизи. Зазначимо, що нормативна вимога системності щодо термінів криміналістичної експертизи має певну специфіку, яка полягає в тому, що, крім упорядкування в загальній системі зазначених наук, терміни повинні також логічно вписуватися в систему базових та суміжних наук кримінально-правового циклу (кримінальний процес, кримінальне право, криминологія та інших) і навіть відбивати ставлення, у разі потреби, до технічних, економічних, науково-природничих та інших наук (у разі нових термінів, зумовлених виникненням нових знань чи технологій, запозичення яких застосовується при розкриття та розслідування злочинів).

Правильність терміна є нормативною вимогою – відповідність до мовних правил побудови та вживання. Термін експертиза в досліджуваній термінологічній системі є одним із базових і виступає *гіперонімом* для восьми видових груп, що об'єднані одним родовим поняттям:

1) експертиза → лінгвістична експертиза мовлення → лінгвістична експертизи писемного мовлення → лінгвістична (авторознавча) експертизи писемного мовлення;

2) експертиза → технічна експертиза документів → технічна експертиза документів і їхніх копій;

3) експертиза → криміналістична експертиза → технічна експертиза документів → технічна експертиза документів друкувальних пристроїв;

4) експертиза → криміналістична експертиза → технічна експертиза документів → технічна експертиза грошових банкнот;

5) експертиза → криміналістична експертиза → експертиза зброї та слідів і обставин її використання → балістична експертизи;

6) експертиза → криміналістична експертиза → експертиза зброї та слідів і обставин її використання → експертиза травматичної зброї;

7) експертиза → криміналістична експертиза → експертиза зброї та слідів і обставин її використання → експертиза пневматичної зброї;

8) експертиза → криміналістична експертиза → експертиза зброї та слідів і обставин її використання → експертиза холодної зброї.

Ще однією нормативною вимогою є *нейтральність терміна*. Форма висловлювання терміна

не повинна містити будь-якої експресивної або стилістичної спрямованості, нести негативне або позитивне значення.

Основною нормативною вимогою для термінів криміналістики та загальної теорії судової експертизи виступає *стислість*. Термін повинен володіти такою ознакою хоча б з тієї причини, що він легко запам'ятовується, до того ж стислість сприяє його ширшому теоретичному і практичному застосуванню. Логічно можна припустити, що вимога стислості може суперечити іншій вимозі «точності», проте на практиці це не завжди так [7].

Схарактеризуємо поняття «*сліди*» у криміналістичній термінології. До слідів застосування вогнепальної зброї відносяться: *стріляні снаряди, гільзи, пижі; сліди, що утворюються на стріляних кулях і гільзах; частки речовин, що виникають під час згоряння пороху, і викидаються з каналу ствола під час пострілу; сліди-ушкодження від снаряда на перешкіді; відкладення кіптяви пострілу на тілі* (найчастіше – руках) *особи, яка стріляла, на гільзах, кулях, на частинах зброї*. Існують *додаткові сліди пострілу* – це наслідки дії порохових газів, їх тиску, полум'я тощо.

Аналізуючи вимоги стислості стосовно термінологічного апарату криміналістичної експертизи, відзначимо, що сучасна термінологія має досить широкий набір термінів-словосполучень простої і складної структури. Разом із поняттям «*електронні докази*» (electronic evidence), наприклад, часто застосовують поняття «*цифрові докази*» (digital evidence). Оскільки на законодавчому рівні ці поняття ще не окреслені, їх використовують паралельно. Серед доказів (ст. 84), а також речових доказів (ст. 98) чинний КПК України *електронних (цифрових) доказів* або *доказів в електронній формі* не передбачає. Ускладнена термінологія застосовується, передусім, з метою уточнення поняття [3], тому виникають складні багатоструктурні комбінації. Уважаємо, що для термінів криміналістичної експертизи вимога стислості повинна застосовуватися в тих ситуаціях, коли це негативно не вплине на його точність. Науковці і практики слушно використовують поняття «електронні докази», «цифрові докази», «докази в електронній формі», «електронні відображення». Разом з тим, останнім часом з'явилося це одне поняття – «*віртуальні докази*» – такий, що може або має виявлятися за певних умов; можли-

вий, уявний, здатний заступати собою що-небудь; який не має фізичного втілення або відрізняється від реального, наявного, такого, що існує (ВТСУМ). Тому *віртуальний доказ* – це такий, якого не існує в реальності.

Як нормативну вимогу виділяють також здатність терміну до деривації (від латинського слова *derivatio* – відведення, відхилення). Ця вимога особливо важлива для наукової мови, оскільки деривативність (словотворча можливість) терміна забезпечує основу лексичної системності терміносистеми [4].

Українська термінологічна система криміналістичної експертизи – це специфічне системне поєднання спеціальних лексем зазначеної галузі, що за походженням своїм має досить неоднорідний характер. Зазначене зумовлюється своєрідним становищем власне криміналістичної експертизи в системі криміналістичної сфери знань. До видів криміналістичних експертиз входить: почеркознавча та авторознавча; технічна експертиза документів; балістична; трасологічна (крім досліджень слідів пошкодження одягу, пов'язаних з одночасним спричиненням тілесних ушкоджень, які проводяться в бюро судово-медичної експертизи); фототехнічна, портретна; експертиза голограм; відео-, звукозапису; вибухотехнічна; матеріалів, речовин та виробів (лакофарбових матеріалів і покриттів; полімерних матеріалів; волокнистих матеріалів; нафтопродуктів і пально-мастильних матеріалів; скла, кераміки; наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів та прекурсорів; спиртовмісних сумішей; ґрунтів; металів і сплавів; наявності шкідливих речовин у навколишньому середовищі; речовин хімічних виробництв та спеціальних хімічних речовин; харчових продуктів; сильнодієвих і отруйних речовин); біологічна [5, с. 24]. У практиці судово-криміналістичних експертиз виокремлюють й інші види. Зазначений перелік видів криміналістичних експертиз не є сталим, оскільки з розвитком наукового пізнання у майбутньому можливе додання нових видів досліджень, що будуть відповідати потребам дослідження умов та механізму вчинення нових видів злочинів.

Висновки і пропозиції. Процес стандартизації терміносистеми криміналістичної експертизи на сьогодні потребує подальшого ретельного вивчення, а окремі її складники – аналізу з погляду нормалізації, стандартизації та кодифікації.

Список літератури:

1. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 463 с.
2. Салтевський М. В. Криміналістика. Підручник : у 2-х ч. Ч. 1. – Харків : Консум, Основа, 1999. 416 с.

3. Царьова І. В. Термінологічний характер словосполучень у мові Кримінального кодексу України. *Термінологічний вісник: Зб. наук. пр.* Київ. Інститут української мови НАНУ, 2019. Вип. 5. С. 206–212.
4. Царьова І. В. Сучасний український юридичний текст: лексико-дериваційна структура. Дніпро : ЛІРА, 2020. 446 с.
5. Шепітько В. Ю. Криміналістика. Енциклопедичний словник (українсько-російський і російсько-український). За ред. акад. НАН України В.Я. Тація. Харків : Право, 2001. 560 с.
6. Gizbert-Studnicki T. Język prawny a język prawniczy. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellonskiego. Prace prawnicze.* Krakow : PWN, 1972. Z. 55. S. 264.
7. Tsareva I. V. Systematically-functional aspect of law derivation. *Research of different directions of development of philological sciences in Ukraine and EU. (Romania, Baia Mare, September 20–21, 2019).* Romania, Baia Mare, 2019. P. 79–82.

Tsareva I. V. INVENTORY OF FORENSIC EXAMINATION TERMINOLOGY

The article analyzes the peculiarities of using the terminology of forensic examinations. Attention is focused on the study of the structural composition, typification of the terms of forensic examinations. It is emphasized that the uncertainty of terminology and the lack of a unified approach to the designation of various types of expertise lead to misunderstandings and inconsistencies during investigative actions and hearing cases in courts. The unification of the terminological system of forensic examination is one of the main conditions for the correct understanding of the specialized text, which is the basis for making an appropriate decision during the investigation of a certain crime. The isolation of a group of terms is based on the ability of special scientific lexemes to form a coherent system, the indicator of which is the presence of systemic connections based on the correlation of the lexical meaning of each of the components. The specificity of the formation of the terminology “forensic examination” determines the use of a significant number of terms from related fields of knowledge as part of its terminology system: legal, judicial, jurisprudential, as well as natural and mathematical, engineering and humanitarian disciplines. The normative requirements of systematicity regarding the terms of forensic examination have a certain specificity, which consists in the fact that, in addition to being organized in the general system of the specified sciences, the terms must also fit logically into the system of basic and related sciences of the criminal law cycle. The processes of the development and formation of the language of an expert are particularly pronounced at the modern stage – the stage of the formation of Ukrainian legal terminology, namely, judicial expert terminology (due to various historical circumstances – Russification, Polonization, borrowing). The main features of their grammatical structure and the number of components are determined.

Key words: *lexeme, vocabulary of forensic examination, term, term system of forensic examination, structural type of analytical terms of forensic examination.*

Шатілова Н. О.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

АРЕАЛЬНО МАРКОВАНІ ПРИСЛІВНИКИ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ С. ВОРОБКЕВИЧА

У статті описано діалектну прислівникову лексику, зафіксовану в художніх текстах видатного буковинського письменника С. Воробкевича як носія ареальних компонентів національної мови. Констатовано, що загальнонародна основа мови його творів забарвлена регіональними елементами, які ілюструють специфіку мовного простору Буковини другої половини XIX ст. та сповнюють твори митця народним духом. Діалектні прислівники, як і слова інших частиномовних класів, відтворюють локальні особливості мовлення буковинців, відбиваючи основні фонетичні, лексичні, граматичні риси говірок південно-західного наріччя, зокрема буковинських. Чимало з виявлених ареально маркованих прислівників мають синонімічні відповідники в літературно-нормативному вжитку, інші – семантично тотожні зі словами літературної мови, утім вирізняються фонетико-словотвірними рисами, що репрезентують особливості західноукраїнського варіанта літературної мови та відтворюють говіркову палітру живого мовлення буковинців. Органічно влітаючись у художню тканину творів, ці мовні одиниці майстерно довершують інформативну насиченість тексту, передаючи різноманітні відтінки атрибутивних і обставинних семантико-синтаксичних відношень. Специфіку досліджуваних текстів виявляє варіантність локально маркованих прислівників. Методика кількісних підрахунків дала змогу виявити найуживаніші з діалектних адвербіальних лексем. Спостережено паралельне уживання місцевих говіркових елементів та їх літературних відповідників, що засвідчує бажання письменника наблизити свою художню мову до східноукраїнських норм, усвідомлення потреби випрацювання єдиної літературної мови, спільної для всіх українців.

Ключові слова: діалектна лексика, ареально марковані прислівники, буковинські говірки, художній текст, С. Воробкевич.

Постановка проблеми. Регіональні особливості живого народного мовлення як виразника національної специфіки етносу, маркера його матеріальної та духовної культури перебувають нині у фокусі різновекторних досліджень, декларуючи актуальність наукового опису ареально маркованої лексики не лише в об'єктиві української діалектології, але й у вимірі лінгвостилістичних студій (Г. Аркушин, С. Бевзенко, М. Бігусяк, П. Гриценко, К. Глуховцева, В. Грещук, Й. Дзензелівський, Ф. Жилко, А. Жовтобрюх, Я. Закревська, А. Зеленько, Б. Кобилянський, М. Лесюк, І. Матвіяс, Г. Мартинова, В. Русанівський та ін.). Відбиття особливостей українських говірок окремого ареалу в художніх текстах привертає увагу дослідників ідіостилію письменника, позаяк «діалектна мова виражає культурну ідентичність її носія, сприяє усвідомленню своєї унікальності, самобутності та неповторності» [2, с. 39]. Аналіз структури, семантики й лінгвостилістичного потенціалу діалектних одиниць, зафіксованих у різножанрових текстах, уможливує не лише оприявлення їхньої національно-культурної специфіки,

а й репрезентує мовну особистість самого письменника як носія ареальних компонентів національної мови, що вияскравлює скарби рідного говору, відтворюючи мовний світ того етнографічно-культурного регіону, який представляє автор.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідницьке поле наукових студій засвідчує постійний інтерес до прислівникової системи різних говірок українського діалектного континууму, зокрема закарпатських (В. Німчук, О. Брошняк (Пискач), Т. Розумик), лемківських (В. Верхратський), наддністрянських (П. Приступа), середньонаддніпрянських (Г. Мартинова), поліських (Г. Аркушин, Г. Гримашевич, Ю. Громик, Н. Прилипко), бойківських (О. Захарків), гуцульських (Г. Гримашевич, І. Джочка), буковинських (М. Леонова, Н. Руснак) тощо. Засоби вербалізації культури, побуту, стереотипів й асоціацій буковинців як мовців певного ареалу слугує об'єктом як мовознавчих, так лінгвостилістичних досліджень (Н. Бабич, Л. Гажук-Котик, К. Герман, О. Горбач, П. Гриценко, Н. Гуйванюк, К. Лук'янюк,

Н. Попович, В. Прокопенко, Н. Руснак, Ю. Руснак, Л. Ткач та ін.). Утім, наукові розвідки переважно описують лексику конкретно-предметної семантики, представлені іменниками різних тематичних груп, а слова інших лексико-граматичних класів слів опрацьовано фрагментарно.

Постановка завдання. Мета цієї розвідки – дослідити ареально марковані прислівники, що їх використав у текстах своїх художніх творів С. Воробкевич – видатний представник українського письменства Буковини другої половини XIX ст. і тонкий знавець різнорівневих особливостей усно-розмовного мовлення цього регіону, адже багатогранна діяльність митця відіграла важливу роль у становленні тут нової української літературної мови на народній основі [5]. Маркованою в лінгвістиці узвичаєно називати «лексику, обмежену у функціонуванні та протиставлену своїми диференційними ознаками активному, загальноновживаному, нейтральному номінативному складу мови» [4, с. 45]. До ареально маркованої лексики уналежнюємо діалектні слова, уживання яких територіально обмежене.

Виклад основного матеріалу. Мовна практика С. Воробкевича репрезентує українську мову на Буковині другої половини XIX ст. – період активного формування української літературної мови на народній основі, коли «значна частина діалектних елементів із говірок місця народження й проживання письменника мимоволі вживалися як у авторській мові, так і мові персонажів його творів як звичайні мовні одиниці, що надаються для творення художніх текстів» [3, с. 7]. За нашими спостереженнями, загальнонародна основа мови творів С. Воробкевича забарвлена локальними компонентами, що відображають основні риси говірок південно-західного наріччя, а саме буковинських та гуцульських. Досліджуючи діалектне забарвлення мовотворчості Ю. Федьковича, І. Матвіяс констатує, що «гуцульські і буковинські говори загалом близькі й розмежовуються невіразно. Відображення їх у мові творів Ю. Федьковича, за тодішніх умов розвитку літературної мови в Західній Україні, слід визнати природним і закономірним» [7, с. 38]. Погоджуючись із думкою науковця, зацентруємо, що цей висновок стосується і мови творів С. Воробкевича. У другій половині XIX ст. українська літературна мова тільки формувалася, тому звернення письменника до мовних скарбів рідних йому говірок у літературній практиці є цілком закономірним.

Діалектна лексика в художній мові С. Воробкевича репрезентована словами різних лексико-

граматичних груп. Як і слова інших частин мови, прислівники мають типове для західноукраїнської мовно-літературної практики того часу говіркове забарвлення, що засвідчує фіксація багатьох зафіксованих слів у реєстрі матеріалів до словника «Українська літературна мова на Буковині в кінці XIX – на початку XX ст.» Л. Ткач (далі – МСБ) [11], напр.: *байдужно*¹ ‘байдуже’ [МСБ, с. 28], *днесь* ‘сьогодні’ [МСБ, с. 102], *звідтам* ‘звідти’ (с. 149), *небавом* ‘незабаром (с. 219), *оногди* ‘позавчора’ (с. 238), *подостатком* ‘увдосталь, доволі’ [МСБ, с. 273], *тогід* ‘торік’ (с. 356), *файно* ‘гарно, добре, чудово (с. 381) тощо, напр.: ...ім *байдужно* було, що зближалась люта зима з тріскучими морозами і непрохідними снігами... (II, с. 292); *Де вни проживали, там днесь* друзі, чужі люди, дідичами стали (I, с. 372); ... а далій вийшли ми *звідтам*, повечеряли в якійсь халабуді (II, с. 35); *Старий пан Нарциз небавом* по гучних хрестинах попрацав ся зі світом (II, с. 316); *Оногди* казав двох злодіїв розстрілити (II, с. 72); *Дівчину сватав я тогід* (I, с. 164); ...що лиш *серце бажає*, всего там *подостатком* (II, с. 361); [Двірник:] ...а *кучерики*, що так *файно* улискують ся, ножичками відотнуть, та й рушай, пане Гнате! (III, с. 47–48).

Місцевий колорит зафіксованих адвербіальних лексем увиразнює співвіднесення з конкретними говірками в мовному просторі, а саме фіксація їх у реєстрі діалектного словника диференційного типу – «Словника буковинських говірок» [9] за редакцією Н. Гуйванюк (далі – СБГ), напр.: *боле* ‘добре’ [СБГ, с. 35], *борзо* ‘швидко’ [СБГ, с. 36], *лакомо* ‘смачно, з апетитом’ [СБГ, с. 251], *ревно* ‘багато, дуже’ [СБГ, с. 452], *файно* ‘гарно’ [СБГ, с. 576] тощо, напр.: *Дівчата у городци копають на зільник і тішать ся, співають: «Ах, боле, що сніг зник!»* (I, с. 48); ...а *музика чвірінок*, лиш біда, що *борзо* скочив у траву (I, с. 294); *Пожиточна була та манна для него; цілих сімдесять літ їв він її лакомо і не вдавив ся* (II, с. 226); *Ревно* плакав я – в моїм серці все цвітеши ти, хоть в нім лють, зима (I, с. 215); [Пентелей:] *Вороний коник на леваді пасе ся, потанцюю з Федорихов, бо файно трясе ся!* (III, с. 395). Утім, низка ареально маркованих прислівників, що їх уживає С. Воробкевич, не увійшла до реєстру СБГ, як-от: *безворотно* ‘безповоротно’; *впослідне* ‘востанне’; *горесно* ‘сумно’; *іначе* ‘інакше’; *легкомисно* ‘легковажно’;

¹ Ілюстративний матеріал подаємо за виданням: *Твори Ізидора Воробкевича*. Львів : Вид-во товариства «Просвіта»: Т. 1 : *Поезії* / [авт. передм. Ю. Романчук]. 1909. 420 с.; Т. 2 : *Оповідання*. 1911. 412 с.; Т. 3 : *Драматичні твори*. 1911. 421 с. (*Руська письменність*), зазначаючи в дужках номери тому та сторінки (цитуючи, дотримуємося правописної системи видання).

пролюбки 'любо, приємно', напр.: ...*так скоро, безворотньо* минають наші дні (I, с. 154); ...*він конав і в-посліднє* ще тихенько, мов той лебідь, заспівав (I, с. 133); *Жалко і горесно* стало пану Олімпію! (II, с. 299); *Зі мною він вже іначе* розмовляє (II, с. 257); ... *хто би легкокомисно* рвав ся просто до могили? (I, с. 374); [Ірина:] *Таже до вас пролюбки* заходити... (III, с. 112). Уважаємо, що ці діалектні одиниці можуть доповнити реєстр лексикографічної праці.

У своїй мовотворчості С. Воробкевич орієнтувався на живу розмовну мову буковинців, відображаючи її різномірні діалектні особливості. Ілюстративний матеріал засвідчує, що чимало ареально маркованих прислівників, виявлених у художніх текстах митця, мають відповідники в літературно-нормативному вжитку. Утім, фіксуємо й такі, що позначені фонетичними й словотвірними особливостями, характерними для галицько-буковинської групи говорів південно-західного наріччя. Зокрема, до фонетичних рис прислівників у системі вокалізму і консонантизму вналежнюємо: збереження давнього [e] після шиплячих приголосних (*учера*), перехід [i] в [o] як у наголошеній, так і в ненаголошеній позиціях (*вконець*), уживання давніх сполук приголосних [гд] (*нігде* 'ніде' [СБГ, с. 336], *тогда* 'тоді' [СБГ, с. 547]), напр.: *В кучерявий дуб учера* грім ударив рано (I, с. 41); *Отож їдемо, село за селом минаючи, а вконець* доїхали до мосту великого-великого (II, с. 34); ...*та нігде* так сонце мило сьвіт не гріє (I, с. 14); *Пили всі тогда* горівку (I, с. 98); *Та як тебе на марах вже несли до могили, тогді* лицем горохом дрібні ся покотили (I, с. 218). Фонетизація наведених прислівникових лексем репрезентує особливості фонетичної системи західноукраїнського варіанта літературної мови, а також є засобом відтворення мовного колориту жителів Буковини, особливостей їхньої вимови.

Мова творів С. Воробкевича фіксує словотвірні діалектні особливості в прислівниковій лексиці. Такі діалектні прислівники семантично тотожні зі словами літературної мови, однак відрізняється своєю словотвірною будовою. Відмінність від нормативних для літературної мови дериватів зумовлена іншою комбінацією афіксів із твірними основами, пор.: *долів* 'додолу', *домів* 'додому', *доста* 'досить', *зчаста* 'часто', *направці* 'навпростець', *небавом, небаром* 'незабаром', *сьогодне* 'сьогодні', напр.: ...*Турок-Алаг комить головою долів* покотив ся (II, с. 85); [Матій:] *Присягнув би-м, що він домів* більше не верне! (III, с. 250); *Доста* спати, пора встати і роботу починати

(I, с. 80); ...*чого Калинюків Савка так з-часта* до мене загощав (II, с. 181); *І підняв ся Митро* з лавиці і пішов *направці* стежкою до Воротнокового обійстя (II, с. 244); *Небавом* прийшов і я (II, с. 134); *Не довго тішив ся той цар* прекрасними дочками, *небаром* сліпі очі вмив гірненькими сльозами (I, с. 315); *Що не прийде і сегодне*, то я добре знаю (I, с. 240). Поширені у досліджуваних текстах прислівникові форми з кінцевим суфіксом *-а* замість нормативного *-и* (*всюда, куда, сюда, троха, тудя* тощо), напр.: *Кривавий танець всюда* закипів (II, с. 84); *Куда* лиш оком гляну, в руїнах все лежить (I, с. 116); [Тетяна:] *Матію! Ходи-но сюда!* (III, с. 238); ...*хуба лиш з лугом троха* помовить і швидко далі (I, с. 41); *Іво рад би тудя* злетіти, бо вже довго з Миліцою не бачив ся (II, с. 90) тощо. Говірковими особливостями позначені і демінутивні форми прислівників із суфіксом здрібно-пестливої семантики *-к-*, як-от: *крішки* 'трошки' [СБГ, с. 105], *тутка* 'тут' [СБГ, с. 556], як-от: [Побережник:] *Каже він, що знала чортова душа так утікати і деревом крити ся, що твари і крішки* не бачив (III, с. 42); *Що тутка* робити? (I, с. 303). Творення прислівникових форм суб'єктивної оцінки супроводжує діалектний суфікс *-ісеньк-* замість літературного *-ісіньк-* (*прямісенько*), напр.: ...*пустив ся піхотою в далеку дорогу, прямісенько* в село (II, с. 279).

Системним словотвірним типом у досліджуваних текстах є діалектний суфікс *-ійи-* замість літературного *-иш-* у синтетичних формах вищого ступеня порівняння прислівників (*лагіднійше* 'лагідніше', *наймилійше* 'наймиліше', *найчастійше* 'найчастіше', *пізнійше* 'пізніше', *скорійше* 'скоріше', *яснійше* 'ясніше'), напр.: *Пізнав мій пан мою вірність, став по мною лагіднійше* обходити ся (II, с. 21); *А за те що наймилійше* мені відобрали: очі мені, як звірюки, огнем випікали (I, с. 320); ...*він найчастійше* учив лише березовим пером (II, с. 231); *Чотири неділі пізнійше* стояв я вже під вінцем з панною Фрозиною (II, с. 237); [Гафія:] *Подайте скорійше* води! (III, с. 253); *Захочай ся знов за хмару, ясна зірнице, бо ясніше* сяють очі милої дівичі (I, с. 124–125) тощо. Зафіксовані в мові творів буковинського письменника фонетико-словотвірні відмінності в структурі прислівників, що постали внаслідок фонетичної видозміни словотвірних чи формотвірних морфем, репрезентують говіркову палітру живого мовлення буковинців.

Чимало прислівників у говорах Буковини відрізняються від прислівників літературної мови фонетичними та словотвірними засобами,

уживаючись у кількох варіантах, що засвідчує й мовотворчість С. Воробкевича, пор.: *водно, заєдно, завсігди* у значенні ‘постійно, завжди’: *Так все в-одно зітхала стара Єла* (II, с. 97); *Тільки Максимови здається заєдно, що она єго однаково кохає* (II, с. 121); *...шафар вертав завсігди з грошом домів* (II, с. 305); або *передом, передше, перше* у значенні ‘давніше, раніше’: *Віще серце, віще серце Все передом знає* (II, с. 13); *Не увидається вже коло него, як передше* (I, с. 121); *Перше, як повідають, ще за часів Довбушевих, родив ся Гуцул з крісом, з вільним серцем і духом* (II, с. 142). Синонімічні ареально марковані прислівникові форми переважають у мові персонажів, хоча властиві також і авторській розповіді.

Категоріальна близькість прислівника до прикметника, здатність обох лексико-граматичних класів слів виражати ознаку предмета, дії або стану спричинює широке уживання в досліджуваних текстах відприкметникових діалектних означальних прислівників, що засвідчує їх тлумачення в одинадцятитомному «Словнику української мови» (далі – СУМ) [10], як-от: *звинно* ‘присл. до звинний (спритний)’ [СУМ, III, с. 472: діал.], *сквапно* ‘присл. до сквапний (швидкий, спритний)’ [СУМ, IX, с. 257: діал.], *харно* ‘присл. до харний (чистий, охайний)’ [СУМ, XI, с. 27: діал.], *шкварно* ‘присл. до шкварний (пекучий, жаркий)’ [СУМ, XI, с. 473: діал.], напр.: *З першого звинно вискочила пані Пульхерія* (II, с. 373); *Сквапно виняв я з кишені пулярес і кинув у тарілку цілого лева* (II, с. 235); *В хатчині харно, ладно все* (I, с. 333); [Власій:] *Сьогодні шкварно було... Чуї, як здалека гуркотить!* (III, с. 59). У мові художніх творів буковинського автора натрапляємо на утворені внаслідок відприкметникової адвербіалізації означальні прислівники, що не увійшли до реєстру СУМ, однак прикметники, від яких вони утворені, зафіксовано як діалектні, пор.: *бездільно* ‘нешасливо’ – *бездільний* ‘безталанний, нещасний’ [СУМ, I, с. 126: діал.], *храпливо* ‘хрипким голосом’ – *храпливий* ‘хрипкий’ [СУМ, XI, с. 137: діал.], напр.: – *Чи довго нам так бездільно і неоцадно жити, мій любий вужуку?* (II, с. 342); *Погибіль і горе тобі, Радо! – крикнув храпливо Іво* (II, с. 92). Ілюстративний матеріал засвідчує, що усі наведені відприкметникові прислівники утворено за допомогою суфікса -о зі збереженням семантичного зв’язку з твірними основами.

Наголошуючи на важливості прислівників для довершеності художніх текстів, Л. Мацько вказує, що «іменники і дієслова є змістом, символами і контурами художнього тексту, а при-

слівники – завершальними штрихами» [8, с. 46]. У цьому аспекті діалектні прислівники увиразнюють художню мову С. Воробкевича, колоритно виражаючи якісну ознаку дії або стану, як-от: *громадно* ‘великою кількістю’ [СУМ, II, с. 174: діал.], *запусто* ‘марно, даремно’ [СБГ, с. 78], *незамітно* ‘непомітно’ [СБГ, с. 328], напр.: *Гріш громадно з кишені котив ся, але назад уже не вертав* (II, с. 341); [Двірник:] *Служи їм задурно, запусто!* (III, с. 45); *Час не стоїть, біжить без упину, як та ріка до моря, і губить ся незамітно у мрачній вічності* (II, с. 371). Інші прислівникові діалектні лексеми указують на зовнішні супровідні обставини перебігу подій, зокрема: а) місце й напрям: *відки* ‘звідки’ [СБГ, с. 53], *горі* ‘догори, вгору’ [СУМ, II, с. 130], *генде* ‘он там’ [СБГ, с. 69], напр.: *Для безталанної ... ні відки помилування* (II, с. 214); *...здіймає ся горі вже дим густий із хат* (I, с. 171); *От генде іде він* (I, с. 134); б) час: *передом* ‘раніше, давніше’ [СБУ, с. 400], *теперки* ‘тепер’ [СУМ, X, с. 77: діал.]: *Все теперки змінилось* (I, с. 46); *Воли наші були вже на торговці, бо їх батько передом вирядили* (II, с. 34); в) мету: *нарочно* ‘навмисно’ [СБГ, с. 320]: *В комнаті лишили ся лише панна Фльорика і панич Леонід, мов-би нарочно, щоб ніхто не прислухав ся їх любим розмовам* (II, с. 352). Ареально марковані прислівникові одиниці стилістично увиразнюються, контрастуючи з літературно-нормативною організацією художнього тексту.

Зазначимо, що більшість поданих діалектних прислівників у творах митця вжито не водночас. Методика кількісних підрахунків дала змогу виявити найуживаніші, як-от: *сьогодні* (102 слововживань), *тогда* (72), *домів* (50), *горі* (47), *водно* (36), *перше* (25), *потому* (21), *небаром* (18), *сюда* (15), *пролюбки* (14), *тогда* (14), *троха* (14), *небавом* (13). Попри те, що в картотеці фактичного матеріалу кількісно переважають відприкметникові означальні прислівники, статистика засвідчує найбільшу частотність уживання обставинних адвербіальних лексем в досліджуваних текстах.

Варто відзначити, що в мові творів письменника спостережено паралельне уживання говіркових елементів та літературних відповідників, порівняймо: *додому* (*домів*), напр.: *Веселі вернетесь домів* (I, с. 109); *Щаслив до дому я вертав* (I, с. 357); *незабаром* (*небавом, небаром, небавком, незабавки*), напр.: *Незабаром нас звінчають!* (I, с. 121); *Молодий панич Олімпій небавком по смерті свого вітця з-паньска проживав...* (II, с. 305); *...небаром покотять її в тартак-трачку* (II, с. 394); *Прийду в гості я до тебе незабавки,*

мила (I, с. 240); *тут* (*тутки, тутка*), напр.: ...*тут предки мої спочивають* (I, с. 327); *Тутка й кума Нечасва собі пробуває* (I, с. 291); *Прозимуєш, про-бідуюєш тутки на морозі сам* (I, с. 208); *звідтіля, звідтіль* (*звідтам*), напр.: ... *а далій вийшли ми звідтам, повечеряли в якійсь халабуді* (II, с. 35); ...*звідтіль видно величне море* (II, с. 65); *Як вихор понесли ми ся звідтіля в Четине* (II, с. 94); *сьо-годні* (*сьогодне /сьогодня, нинька /ниньки, днесь*), напр.: *Там у лузі під вербою чом сьогодні тихо?* (I, с. 384); – *Ще ниньки так побалакаємо, а завтра уже ніхто нас не розлучить* (II, с. 123); ...*а нинька на тебе, як на кумедію, дивлять ся* (II, с. 37); *Горівки я, як огню, сокотив ся, і до сьогодні мене ніхто в похмілю не бачив* (II, с. 183); *Сьогодні всі жовніри сумненько гей ідуть* (I, с. 81); *вниз* (*долів, коміть*), напр.: ...*дулаві верби вниз лоском повалило* (I, с. 210); *Повій, вітре буйнесенький, долів за водою!* (I, с. 69); *Іво грякнув із своєї семипядної, а Турок-Алаг коміть головою покотив ся* (II, с. 85). Це спричинено тим, що С. Воробкевич невтомно працював над удосконаленням мовних умінь, студював кращі зразки художньої мови. Зразком української мови для С. Воробкевича була мова української народної творчості, народних пісень,

переказів, казок, а найвищим авторитетом – мова творів Т. Шевченка та Марка Вовчка.

Висновки і пропозиції. Фактичний матеріал дає підстави для висновку, що мові творів С. Воробкевича властиві національно-виразні мовні засоби, регіональні елементи (фонетичні, лексичні, граматичні), що ілюструють специфіку мовного простору Буковини другої половини XIX ст., сповнюючи твори митця народним духом. Ареально марковані прислівники, органічно вплітаючись у художню тканину твору, не лише передають різноманітні відтінки атрибутивних і обставинних семантико-синтаксичних відношень, майстерно довершуючи інформативну насиченість художнього тексту, а й відтворюють мовленнєвий колорит жителів Буковини – головних героїв художніх творів митця. Водночас письменник-буковинець був далекий від орієнтації лише на можливості місцевих говірок, а намагався наблизити свою художню мову до східноукраїнських норм, усвідомлюючи потребу випрацювання єдиної літературної мови, спільної для всіх українців. Перспективу подальших пошуків вбачаємо в роботі над словником мови творів С. Воробкевича.

Список літератури:

1. Висоцький А. Синтаксична сфера прислівника в українській літературній мові : монографія. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2013. 328 с.
2. Гримашевич Г.І. Відприкметникові прислівники в українських діалектах. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Вип. 31. 2013. С. 39–42.
3. Грещук, В., Грещук, В. Діалектне слово в тексті та словнику. Івано-Франківськ, Місто НВ, 2015. 372 с.
4. Кабиш О. О. Зміни в семантичній структурі та функціонуванні маркованої лексики : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2007. 233 с.
5. Кульбабська О. В., Шатілова Н. О. «Пишу, як серце диктує...» (Ідіостиль Сидора Воробкевича) : монографія. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2016. 456 с. (Мовні скарби Буковини).
6. Леонова М. В. Прислівники в буковинських говірках. *Питання історії і діалектології східнослов'янських мов*. Кн. 2. Львів, 1961. С. 92–102.
7. Матвіяс І. Г. Відбиття говорів у мові творів Юрія Федьковича. *Мовознавство*. 2009. № 5. С. 37–43.
8. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови : підручник. Київ : Вища шк., 2003. 462 с.
9. Словник буковинських говірок / за заг. ред. Н. В. Гуйванюк. Чернівці : Рута, 2005. 688 с.
10. Словник української мови : в 11-ти т. / ред. кол. : акад. УН УРСР І. К. Білодід (голова) та ін. Київ : Наук. думка, 1970–1980.
11. Ткач Л. Українська літературна мова на Буковині в кінці XIX – на початку XX століття. Чернівці : Рута, 2000. Ч. 1 : Матеріали до словника. 408 с.

Shatilova N. O. AREALLY MARKED ADVERBS IN THE ARTISTIC TEXTS OF S. VOROBKEYUCH

The article describes the dialectal adverbial vocabulary recorded in the artistic texts of the prominent Bukovyna writer S. Vorobkeyuch as a carrier of the areal components of the national language. It has been established that the national basis of the language of the writer's works is colored by regional elements that illustrate the specificity of the language space of Bukovyna in the second half of the 19th century. and fill the artist's works with national spirit. Dialectal adverbs, as well as words of other partial language classes,

reproduce the local peculiarities of Bukovinian speech, reflecting the main phonetic, lexical, and grammatical features of South-Western dialects, in particular Bukovinian. Many of the identified areally marked adverbs have synonymous counterparts in literary and normative usage, others are semantically identical to the words of the literary language, however, they are distinguished by phonetic and word-forming features that represent the peculiarities of the Western Ukrainian variant of the literary language and reproduce the lively conversational speech of the Bukovinians. Organically woven into the artistic fabric of the works, these language units masterfully complete the informative saturation of the text, conveying various shades of attributive and circumstantial semantic-syntactic relations. The specificity of the studied texts is revealed by the variability of locally marked adverbs. The method of quantitative calculations made it possible to identify the most used dialectal adverbial lexemes. It is possible to ascertain the parallel use of local colloquial elements and their literary counterparts, which proves the writer's desire to bring his artistic language closer to Eastern Ukrainian norms, awareness of the need to develop a single literary language common to all Ukrainians.

Key words: *dialect vocabulary, areally marked adverbs, Bukovyna dialect, artistic text, S. Vorobkevych.*

РОМАНСЬКІ ТА ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.111'367.322

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/17>

Багач І. Г.

Черкаський державний технологічний університет

Будз І. Ф.

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука

Новосад Ю. І.

Тернопільський національний педагогічний університету імені Володимира Гнатюка

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ, ЗУМОВЛЕНІ ГРАМАТИЧНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглядається письмовий художній переклад, у якому завдання перекладача ускладнюються, оскільки окрім відтворення змісту, він має прагнути зберегти форму та стиль оригіналу. Робота присвячена граматичним труднощам перекладу художнього тексту з англійської мови на українську. Мета статті полягає у виявленні природи складнощів, обумовлених граматичними особливостями англійської мови. Для того, щоб з'ясувати їхню причину, зроблено спробу проаналізувати системні відмінності двох мов та способи граматичного закріплення логіки мислення у висловлюваннях. Провідним методом дослідження обрано метод зіставного аналізу оригінального і перекладного текстів, який призначений для виявлення граматичних складнощів при відтворенні художнього твору цільовою мовою.

Для ілюстрації перекладу використовуються приклади з твору відомого англійського письменника Вільяма Сомерсета Моєма «Лицедії», чия стилістика викликає захоплення багатьох літературних діячів. Розглянуті приклади демонструють, як можна подолати труднощі, що виникають внаслідок різного уявлення логіки думки у граматичних формах. Авторами статті досліджено способи, за допомогою яких професійні перекладачі долають граматичні складнощі та досягають адекватного перекладу.

Проаналізовано варіанти відтворення конструкцій із формальним підметом, пасивних конструкцій, атрибутів, заперечень, обставин, дієслів «to be» та «to have». На конкретних прикладах продемонстровано, до яких мовних засобів вдаються перекладачі для отримання адекватного у художньому відношенні перекладу, не втративши при цьому зміст вихідного тексту. Доведено, що переклад художньої літератури є формою словотворчого мистецтва, тому перекладачеві вдається повною мірою зберегти емоційну виразність та ідейну цілісність твору, поступившись у деяких випадках словесно-структурним оформленням вихідних висловлювань.

Ключові слова: адекватний переклад, аналітична мова, граматичні проблеми, синтетична мова, художній переклад.

Постановка проблеми. Мова, як відомо, є найважливішим засобом людського спілкування, за допомогою якого відбувається обмін ідеями та досягається порозуміння. Якщо комунікатори розмовляють однією мовою, вони можуть спілкуватися безпосередньо, але якщо вони розмовляють різними мовами, то на допомогу приходить переклад. Узагальнюючи трактування перекладу, який розглядався у різних аспектах вітчизняними

та зарубіжними дослідниками, розуміємо його у широкому сенсі як передачу засобами однієї мови думок, виражених іншою мовою [8; 10]. Переклад є важливим допоміжним засобом, що забезпечує виконання мовою своєї комунікативної функції (висловлювання думки), відіграє важливу роль в обміні ідеями між різними народами і відповідає за поширення скарбів світової культури. У науковому середовищі склалися дві протилежні

точки зору щодо проблеми адекватності перекладу. Одна пов'язана з теорією неперекладності, згідно з якою повноцінний переклад з однієї мови на іншу взагалі неможливий внаслідок значного розходження виразних засобів різних мов; крім того, вважається, що переклад є лише слабким і недосконалим відображенням оригіналу, що дає про нього дуже віддалене уявлення [5; 8; 11; 12].

Інша точка зору, якої дотримується більшість дослідників і яка є основою роботи багатьох професійних перекладачів, полягає в тому, що добре розвинена національна мова цілком достатня для повного відтворення ідей, виражених іншою мовою. Будь-який твір можна ідеально (адекватно) перекласти українською мовою, зберігши всі стилістичні та інші особливості, властиві певному авторові, що доводить перекладацька практика. Завдання гарного художнього перекладу полягає у тому, щоб передати сенс, емоційну виразність та оформлення мовного ладу вихідного тексту. Адекватний переклад визначається як «переклад, у якому передані всі наміри автора (як продумані ним, так і несвідомі) у сенсі певного ідейно-емоційного впливу на реципієнта з дотриманням, у міру можливості (шляхом підбору точних еквівалентів), всіх застосовуваних автором ресурсів образності, колориту, ритму тощо; останнє має розглядатися, проте, не як самоціль, а лише як засіб досягнення загального ефекту» [10; 12].

З огляду на це можна дійти висновку, що художній переклад може бути адекватним в мовному плані. Він коливається між двома крайнощами, тобто переклад буквально точний, але художньо неповноцінний, і переклад художньо досконалий, але далекий від оригінального перекладу [5]. Зазначені принципи відбиваються у двох основних аспектах – визначення перекладу з лінгвістичної та літературної точки зору. Лінгвістичний принцип перекладу передбачає відтворення формальної структури вихідного тексту. Художній переклад – це вид словотворчого мистецтва, який слід розглядати крізь літературознавчу, а не крізь лінгвістичну призму [5; 10]. Відповідно до цієї теорії, головною рушійною силою перекладача мають бути ідеї, навіяні вихідним текстом, які спонукають перекладача до пошуку відповідних мовних засобів для вербального відображення своїх думок. Іншими словами, художній переклад є адекватною відповідністю оригіналу не в лінгвістичному, а в естетичному розумінні.

Англійська та українська є прикладами двох типів мов: аналітичних та синтетичних. Самі назви цих типів мов свідчать, що вони відрізняються не

лише за своєю природою, а й за принципами побудови. Однак це заперечення є формальним, оскільки стосується подання одного й того ж самого змісту. Розуміння та оволодіння цим формальним, конкретним та якісним аспектом шляхом порівняння системних можливостей вихідної та цільової мов є необхідним для адекватного перекладу.

Аналіз останніх досліджень. Проаналізувавши наукову літературу з перекладознавства, можна дійти висновку, що художній переклад це не лише спосіб комунікації, а й відтворення естетичної сторони твору. З цією думкою погоджується Л. В. Корунець, наголошуючи, що крізь призму цільової мови повинні чітко відчуватися національний дух та національна форма оригіналу, а також індивідуальний стиль поета [5, с. 4]. У цьому контексті слід згадати ім'я українського вченого-філолога І. М. Боровинського, який присвятив свої розвідки відтворенню романтичної образної складової у перекладі [2; 3]. Низку наукових досліджень спрямовано на пошуки шляхів подолання труднощів перекладу, зумовлених граматичними особливостями вихідної мови [1; 4; 6; 11; 12]. Однак це питання на сьогодні залишається невирішеним і потребує подальших розвідок.

Мета статті полягає у виявленні природи граматичних труднощів перекладу з англійської мови на українську і аналізі системних відмінностей цих мов з метою покращення якості перекладу.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб розглянути граматичні труднощі перекладу та дослідити сутність різниці між вираженням однієї й тієї ж думки мовою оригіналу та мовою перекладу, необхідно дослідити структурно-семантичні зв'язки всередині речення. Це потрібно тому, що судження, форми думки відтворюються в логічній структурі речень, композиція яких відображає зв'язки між предметами, їх властивостями і якостями. Перекладачі стикаються безпосередньо з виразом логіки мислення в граматичній формі аналітичної мови, де прямий порядок слів речення збігається з порядком його логічних складових (підмет – присудок – додаток). Порушення прямого порядку слів у розповідних реченнях англійської мови, як і експресивні стилістичні прийоми, здаються аномальними. Ось чому ми можемо спостерігати в англійській мові найповнішу відповідність між логічними компонентами та синтаксичними формами.

У синтетичних мовах, до яких належить українська, конкретне значення слова, семантичний наголос переважає над формально-синтаксичним моментом, тому існує набагато більше свободи

поза синтаксичною структурою та формальністю закріпленого місця слова у реченні. Щоб проілюструвати, як переклад художньої літератури може подолати труднощі, що виникають як наслідок «різного подання логіки думки у граматичних формах», використовуємо приклади з твору Вільяма Сомерсета Моєма (1874–1965) «Лицедії» [9]. Цей роман є важливою частиною творчої спадщини Моєма. Автор набув великої популярності завдяки правдивій передачі умовностей лицемірного буржуазного суспільства, барвистості літературної форми, заснованої на принципах стислості, ясності та милозвучності. Приклади речень цільовою мовою запозичені з роботи перекладача М. Пінчевського [7].

Розглянемо переклад конструкцій із формальним підметом. В аналітичних мовах навіть безособові та неозначено-особові речення формалізуються як особові, оскільки у реченнях аналітичних мов фіксований порядок слів і обов'язковою є наявність підмета та присудка. Це досягається декількома способами, але особливо за допомогою структур, що включають формальні підмети, в якості яких використовуються займенники *it, one, they, you* та *we*. Наприклад:

It may be that you don't like his art, but at all events you can hardly refuse it the tribute of your interest. – Вам може не подобається його мистецтво, але байдужим ви до нього не залишитеся.

No one could do other than admire the self-abnegation with which he sacrificed himself for her sake. – Лишалось тільки захоплюватися тим самозреченням, з яким він жертвував собою заради неї.

Дещо іншим формальним підметом є *there*, що позначає з дієсловом-зв'язкою *to be* і деякими дієсловами модального значення наявність будь-якого предмета, явища або особи. Наприклад:

There was no part of her busy life that she enjoyed more than those three hours that she spent in her dressing-room between the afternoon and the evening performance. – Найбільшою розрадою для Джулії в її неспокійному житті були ті три години, які вона проводила в своїй убиральні між денною й вечірньою виставами.

There were clerks and shop girls; <...> – Тротуаром ходили клерки і продавщиці; <...>

Характерною рисою англійської мови є те, що пасивна форма використовується значно ширше, ніж в українській, в якій вона має, порівняно з безособовою, більш офіційний та письмовий, ніж розмовний характер, а тому пасивна форма є менш уживаною. Складними видаються випадки, коли українському неозначено-особовому реченню відповідає в англійській мові пасивний стан, який

не використовується в українській мові через те, що семантика українських дієслів не допускає їхнього вживання у пасивному стані. Наприклад:

He told me he never expected the theatre to be run on such business-like lines. – Він і досі захоплюється нашою бухгалтерією: каже, навіть не уявляв собі, що фінансові справи театру можуть бути в такому ажурі – справжня тобі ділова контора!

All he asked was that he might be allowed to sit with her or smoke a cigarette or two till she wanted to go to bed. – Єдине, чого він прохав у неї, – це дозволу посидіти з нею й викурити одну-дві сигаретки, поки їй не захочеться спати.

Для англійської мови є нормою персоніфікація предметів – іменників у ролі підмета. Українським безособовим реченням, у яких повідомляється про фізичний чи моральний стан людини, про її відчуття та настрої, відповідають в англійській мові особові речення. При перекладі українською те, що є підметом в англійському реченні, стає обставиною місця в українському. Тобто відбувається уособлення неживих предметів через те, що вони стають підметами. Наприклад:

My engagements were few, and I was glad to accept. – Я рідко отримував запрошення і тому із задоволенням пристав на нього.

The car was waiting for them at the stage door. – Автомобіль чекав на них коло службового входу – великий, чорний з нікелем автомобіль, із сидіннями, обтягнутими сріблястою шкірою, з фамільним гербом Майкла на дверцятах.

При перекладі з англійської мови на українську слід звертати увагу на варіанти відтворення значень дієслів *to be* та *to have*. В оформленні присудка відмінності мовних систем проявляються сильніше, ніж у оформленні підмета. Це зумовлено ємністю та важливістю цього члена речення. Присудок містить набагато більше граматичних ознак, ніж підмет. Предмет, про який йдеться, може визначитися лише через дії та функції, які виражаються присудком, адже він пов'язує діяча з об'єктом та обставинами дії, тому є фактичним центром, навколо якого групуються всі члени речення. Особливо чітко це проявляється в англійській мові, де жоден з головних членів речення не може бути опущений. Тут покажемо порівняння українського та англійського складного іменного присудка. Наприклад:

He's a young man of tact. – Тактовний хлопець.

Розглянемо дієслова *to be* та *to have*, у значенні та вживанні яких спостерігаються суттєві розбіжності порівняно з відповідними українськими дієсловами «бути» та «мати».

Дієслово *to be* значно багатше у своїх потенційних семантичних можливостях, ніж українське дієслово «бути». Наприклад:

He *was* just the same as he'd always been. – Він *поводився* так, наче вважав усю цю ситуацію цілком нормальною.

He *has been* to see the play three times. Три рази *ходив* на останню п'єсу.

Between these *was* a magnificent ink-stand that she had herself given him on one of his birthdays. – Між рамками *стояла* розкішна срібна чорнильниця – її подарунок Майклові на день народження, а за нею – поличка, обтягнута червоним у золотих візерунках сап'яном.

Дієслово *to have*, як і *to be*, має ширші значення, ніж українське «мати».

On Sundays *they had* a good many people down for the day, actors and actresses, an occasional writer, and a sprinkling of some of their grander friends. – В неділю *до них приїздило багато гостей* — акторів і актрис, іноді хтось із письменників і, як правило, кілька друзів-аристократів.

Дієслово *to have* як дієслово-зв'язка у складному присудку вживається рідше, ніж дієслово *to be*, що трапляється в поєднаннях з іменниками (часто віддієслівними), як-то *to have a talk* – поговорити, *to have a good time* – добре провести час, *to have a quarrel* – посваритися, *to have a walk* – прогулятися, *to have a smoke* – покурити, *to have a rest* – відпочивати тощо. Дієслово *to have* втрачає при цьому своє основне значення і вказує лише на одноразове вчинення певної обмеженої дії, наприклад: They went back to Julia's flat *to have a cup of tea*. – Повернувшись до Джуліїної квартири, вони *випили чаю* і з'їли здобну булочку.

Якщо взяти до уваги активне вживання дієслів *to be* і *to have*, то можна помітити прояви системних особливостей англійської мови. Так, замість дієслова *to rest* можна вжити *to have a rest*, однак носії мови віддають перевагу складній формі – *to have a rest*, оскільки у кожному дієслові, що виражає конкретну дію і відтворює певний якісний стан, закладено кількісну сторону або факт цієї дії. Аналітичність англійської мови вказує на прагнення до окремого формального виразу загального та конкретного, кількісного та якісного боків таких дій. З огляду на це, конкретне дієслово замінюється складним присудком з дієсловом *to have* та іменним виразом якості. Втім, подібні поєднання з дієсловом *to have* трапляються не так часто, ніж з дієсловом *to be*.

Як раніше зазначалося у роботі, присудок в англійському реченні є фактичним центром,

з яким пов'язані всі члени речення. Слід звертати увагу на фіксоване місце заперечення, незалежно від того, до чого воно відноситься за змістом. При перекладі структура українського речення може докорінно змінитися, тобто воно може бути перекладене як стверджувальне, а поєднання обставин часу та дієслова може бути відтворено відповідним українським дієсловом. Наприклад:

I'm sure he is *not the man to go*. – Але я певна, що *йому їхати не можна*.

She realized that he *no longer smelt* like a youth, he smelt like a man. – І от зараз цей *аромат зник*. Вона зрозуміла, що він *не пахне* як юнак, він пахне як чоловік.

Особливу увагу слід звернути на обставину способу дії, її місце (яке не є фіксованим) та роль в англійському реченні. Обставина способу дії може стояти в кінці, середині або на початку речення, перед або після присудка. Іноді обставина способу дії набуває значення вступного слова та потребує більш поширеного перекладу українською мовою, як-то у прикладах:

She was on tour in a melodrama that had been successful in London; in the part of Italian adventuress she was trying somewhat *inadequately* to represent a woman of forty. – Було це під час гастролей — Джулія виступала в мелодрамі, яка в Лондоні пройшла з великим успіхом; вона виконувала роль авантюристки-італійки, чий махінації розкриваються у фіналі п'єси. Оскільки героїню – сороколітню блондинку – грала молоденька дівчина, образ виходив *не дуже правдоподібний*.

He *smiled stiffly* in an answer to Julia's warm, ready smile. – Він *силувано всміхнувся* у відповідь на її теплу, легку посмішку; <...>.

В англійській мові існують препозитивне, найбільш поширене, та постпозитивне означення. Носії мови прагнуть, щоб поява певного предмета у свідомості реципієнтів була абстрактною, не підготовленою. Ця ідея пояснює обов'язкову наявність будь-якого детермінативу перед іменником, що сприяє розвитку атрибутивного іменника в препозиції до іншого іменника. У цих конструкціях знаходиться вираження властива англійській мові тенденція до лаконізму і мовної компресії. Наприклад:

Eighteenth-century comedy, that's what it is. – Наче в комедії *вісімнадцятого століття!*

Michael was a tidy, *business-like* man. – Завжди акуратний і *діловитий* Майкл зберігав її фотографії у великих картонових коробках; на кожній коробці стояла дата, і знімки в них були складені в хронологічному порядку.

I think *I can be word-perfect* in any part in forty-eight hours. – Думаю, *можу слово в слово запам'ятати* будь-яку роль за дві доби.

Адекватний переклад наведених прикладів речень вимагав певних перекладацьких рішень та показав, що принципи побудови висловлювань в англійській та українській мовах є різними, а аналіз логічної структури речення (синтаксису) допомагає подолати граматичні труднощі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Оскільки переклад художніх текстів є фор-

мою словотворчого мистецтва, перекладачеві вдалося повною мірою зберегти емоційну виразність та ідейну цілісність, поступившись у деяких випадках словесно-структурним оформленням вихідних висловлювань. Втім, як показав аналіз, повноцінна передача змісту вихідного тексту можлива.

Перспективу подальших розвідок вбачаємо у дослідженні труднощів, спричинених лексичними особливостями англійської мови у перекладі художніх творів на українську мову.

Список літератури:

1. Амеліна С. М. Структура і семантика мовних одиниць. Філологічні студії Вип. 14. С. 5–11. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/irbis_nbuv/cgiirbis_6
2. Боровинський І. М. Відтворення образної своєрідності поезій англійських та американських романтиків в українських перекладах. К. : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. С. 7.
3. Боровинський І. М. Особливості відтворення романтичної образної складової у перекладі А. Онішком «Країни сновидінь» Е. По. Мовні і концептуальні країни світу. Вип. 25 (1). К. : ВПЦ «Київський університет», 2009. С. 87–91.
4. Залужний Р. Г. Комп'ютерні навички перекладача. Львівський національний університет. 2020. URL: <https://lingua.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/04/Konkursna-robota-APEL-SYNOVYY-BORYS.pdf>
5. Корунець Л. В. Теорія і практика перекладу. Вінниця: Нова книга, 2001. 376 с.
6. Кур'янова М. А. Граматичні труднощі перекладу німецьких науково-технічних текстів українською мовою: автореф. дис. ... канд. філ. наук. Київ, 2006. 16 с.
7. Моем В. С. Лицедії [пер. з англ. М. Пінчевський]. URL: <https://findbook.in.ua/books/litsiediyi>
8. Marchetti A. Beyond Literary Analysis. Great Britain : Heinemann, 2018. 272 p.
9. Maugham W. S. Theatre. New York : Bantam Books, 1964. 184 p.
10. Михайленко О. А. Поняття «перекладацькі стратегії» як складова стратегічної компетенції. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. С. 148–154.
11. Pym A. Translation skill-sets in a machine-translation age. Meta. 2013. № 58. С. 487–503.
12. Schulz M. Übersetzen – ein Job für “Einköpfe”. URL: <http://www.doku.net/artikel/uebersetze.htm>

Bahach I. H., Budz I. F., Novosad Yu. I. TRANSLATION DIFFICULTIES CAUSED BY THE GRAMMATICAL FEATURES OF THE ENGLISH LANGUAGE

The article deals with literary translation, in which the tasks of the translator become more complicated, since in addition to conveying the content, the translator must strive to preserve the form and style of the original (as far as possible). The work is devoted to the grammatical difficulties of translating a literary text from English into Ukrainian.

The purpose of the article is to identify the nature of the difficulties caused by the grammatical features of the English language. In order to clarify the nature of such difficulties, an attempt was made to analyze the systemic differences between the two languages and ways of grammatically fixing the logic of thinking in statements.

The main method of research in the work is the method of comparative analysis of original and translated texts, aimed at identifying grammatical difficulties in the reproduction of literary text in the target language.

To illustrate the translation of fiction, examples from the work of William Somerset Maugham “Theatre” are used, which show how to overcome the difficulties arising from the different presentation of the logic of thought in grammatical forms. The ways by which professional translators overcome grammatical difficulties and achieve an adequate translation are considered using examples from the works of the famous English writer W.S. Maugham, whose style is admired by many literary figures.

The variants of translation of constructions with a formal subject, passive constructions, attributes, negative constructions, verbs to be and to have are analyzed. Specific examples demonstrate which linguistic means translators use to achieve an adequate translation without sacrificing the content of the original text.

Key words: *adequate translation, analytical language, grammatical difficulties, synthetic language, literary translation.*

УДК 811.111'255.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/18>**Байтерякова Н. Ю.**Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького**Безсонова В. А.**Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ ЖАРГОНІЗМІВ І ПРОСТОРІЧЧЯ ПРИ ДУБЛЮВАННІ АНГЛОМОВНИХ КІНОКОМЕДІЙ (НА ПРИКЛАДІ СЕРІАЛУ «БРУКЛІН 9-9»)

У статті проаналізовано специфіку перекладу жаргонізмів і просторіччя при дублюванні українською англomовних кінокомедій на прикладі кіносеріалу «Бруклін 9-9». Необхідність такого дослідження пояснюється тим, що серед сучасних глядачів перегляд ситуаційних кінокомедій набуває все більшої популярності, при цьому їх споживання сприяє культурному обміну та можливості краще розуміти сучасні розмовні моделі спілкування в англomовному середовищі.

При дублюванні сучасних англomовних кінокомедій українською одну з основних проблем складає адекватний переклад нелітературної лексики зі збереженням змісту та контексту, експресивної забарвленості, розуміння її підтексту, і в той же час з відповідністю моральним нормам вітчизняного глядача. Переклад зниженої розмовної лексики поділяється на випадки, коли у мові перекладу є відповідні еквіваленти або вони відсутні. У разі безеквівалентного варіанту застосовують перекладацькі лексичні або стилістичні трансформації. При цьому обов'язковим є відповідність довжини перекладеної української фрази до її англійського варіанта. Особливістю дублювання серіалу «Бруклін 9-9», у якому відображено життя відділку поліції у Брукліні, є те, що в ньому застосовуються як загальноповсякденні жаргонізми і просторіччя, так і специфічна лексика кримінальної і правоохоронної спільноти. Тут зустрічаються варіанти зниженої розмовної лексики, в яких порушено граматичні норми творення ступенів порівняння; дуже вульгарні жаргонні вирази, пов'язані зі статевими відносинами; аббревіації сталих жаргонних або професійних виразів; скорочення від окремих слів або фраз; речення, що не мають жодного змісту та ін.

Аналіз перекладу серіалу «Бруклін 9-9» свідчить, що в українському кінематографічному дублюванні англomовних жаргонізмів і просторіччя досить часто зустрічається оригінальний зміст висловлювань, їх забарвлення і експресивність, але трапляються випадки, коли в українському варіанті зазначені особливості зниженої розмовної лексики нейтралізуються.

Ключові слова: жаргонізм, просторіччя, переклад, дублювання, кінокомедія.

Постановка проблеми. У сучасному світі кінофільми і серіали відіграють важливу роль у культурному і повсякденному житті людей. Наприклад, ситуаційні комедії дуже затребувані серед глядачів через свою легку подачу і актуальні теми, які розкриваються у подібних серіалах. Саме у такому наближеному до реального життя жанрі проявляється проста народна мова, що відображає особливості соціального і культурного життя країни, у якій знімався серіал. Взагалі, можна казати, що кінематографічний переклад – це створення нового повноцінного тексту мовою, що перекладається з урахуванням візуального ряду. Завдяки перекладу художніх і документальних фільмів,

серіалів, шоу, програм новинних і розважальних каналів відбувається взаємозбагачення культур. Тому виникає питання про якісний і адекватний переклад цих серіалів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні питання перекладу аудіовізуального дискурсу взагалі та кіноперекладу зокрема неодноразово розглядалися у закордонних виданнях такими авторами як Vanos Pintero R. [13], Diaz-Cintas J. [14], Gambier Y. [15], Pettit Z. [16], O'Sullivan C. [17] та ін. Проблеми перекладу і дублювання безпосередньо англomовної кінопродукції висвітлювались в останній час у вітчизняному мовознавстві досить активно,

наприклад, теоретичні аспекти кіноперекладу розглядалися Т.Г. Лукьянковою [9], історію кіноперекладу висвітлювали Т.В. Журавель [2], О.І. Орехова [11], застосування молодіжного соціального діалекту у кінодіалогах підіймали Т.М. Корольова та О.В. Олександрова [6], питанням експлікації та імплікації при дублюванні фільмів присвячено працю Т. Корольовой і Т. Норяк [7], особливості перекладу назв кінофільмів роздивлялась З.В. Громова [1], проблеми субтитрування фільмів виявлялись Я.І. Каламбет і В.Я. Одновол [3], на нормативних проблемах дублювання американських кінострічок зосереджено увагу у статті Я.В. Кривонос [8], особливості перекладу кінокомедій висвітлювали В.В. Конкульовський [5] та І.В. Софієнко [12]. Враховуючи, що будь-яка сучасна мова є відкритою, динамічною системою, що постійно трансформується і поновлюється, можна стверджувати, що її зміни швидко віддзеркалюються у кінопродукції. У зв'язку з цим актуальною є постійна увага до питань адекватного дублювання кінострічок.

Мета статті полягає у виявленні специфіки перекладу жаргонізмів і просторіччя при дублюванні англійських кінокомедій українською.

Матеріалом дослідження є англійський кіносеріал «Бруклін 9-9» як один з типових прикладів застосування як загальноживаних англійських жаргонізмів і просторіччя, так і специфічної професійної лексики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для перекладу жаргону і просторіччя можна використовувати ті самі засоби, що й для перекладу літературної лексики. Переклад нестандартної лексики починається з пошуку відповідників у мові перекладу. При цьому лексичні одиниці вихідної мови поділяються на дві групи: 1) ті, що мають відповідники («перекладні еквіваленти») у цільовій мові; 2) ті, що не мають відповідників у цільовій мові («безеквівалентні»). Еквівалентні одиниці поділяються на одноквівалентні (мають один перекладний відповідник) і багатоквівалентні (мають два або більше перекладних відповідників). Вибір того чи іншого перекладного відповідника залежить від контексту [4].

Під час перекладу зниженої розмовної лексики еквіваленти у мові перекладу можуть бути відсутні. У такому разі застосовують перекладацькі трансформації, вони бувають лексичними (транскрипція і транслітерація, калькування, конкретизація, генералізація, смисловий розвиток, антонімічний переклад, експлікація, компенсація, цілісне перевтілення), граматичними (переста-

новка, заміна, додавання, опущення) та стилістичними (логізація, експресивація) [10].

Розмовна експресивна лексика, зокрема жаргонізми і просторіччя, має національну, культурну специфіку, тому їх переклад може викликати певні труднощі. Для перекладача важливо знайти такі відповідності, які могли б природно передати експресивні висловлювання зниженої лексики мови-оригіналу. Потрібно врахувати вікові, соціальні і індивідуальні особливості цільової аудиторії, знайти виразні засоби, які були б семантично і стилістично рівноцінними і в оригіналі, і в перекладі, знайомі носіям мови, якою перекладають.

Для виявлення особливостей перекладу жаргонізмів і просторіччя було проаналізовано перекладацькі рішення українського дублювання від НЛЮ TV англійського серіалу «Бруклін 9-9». Цей серіал розповідає про буденне життя співробітників відділку поліції у Брукліні, тому тут зустрічаються як загальноживані жаргонізми і просторіччя, так і специфічна лексика кримінальної і правоохоронної спільноти.

Роздивимось специфіку перекладу українською жаргонізмів і просторіччя з серіалу «Бруклін 9-9» на конкретних прикладах.

1) *Perfecter than perfectly*. Головний герой порушує граматичні норми творення ступенів порівняння (*perfecter* замість *more perfect*). Для того, щоб перекласти цю фразу українською, потрібно навмисне порушити правила утворення вищого ступеню порівняння. Граматично правильною була б фраза «ідеальніше ніж ідеально». А однією з типових помилок при творенні цього ступеню порівняння в українській мові є додавання частки «більш». Тобто одним з варіантів перекладу цього виразу могла би бути фраза «*більш ідеальніше за ідеально*».

В офіційному українському дубляжі «*Perfecter than perfectly*» перекладено як «*ідеально ніж ідеально*», що також вдало передає порушення граматичних норм і добре сприймається на слух.

2) *Bone a stranger*. Дуже вульгарний жаргонний вираз, що означає «здійснити статевий акт». В українському дубляжі перекладач пом'якшив оригінальне значення, використавши більш нейтральне «*підцепити незнайомку*». Враховуючи специфіку мовлення на українському телебаченні, надто відверті нецензурні вирази були б недоречними. Можна запропонувати також і інші варіанти перекладу, наприклад «*закадрити незнайомку*», «*зняти незнайомку*».

3) *What, you don't think I know this M.O.?* «М.О.» походить від латинського «*Modus operandi*»,

в англійській криміналістиці позначає манеру роботи певного злочинця. Професійні злочинці часто дотримуються свого конкретного способу діяльності, за яким їхні злочини легко розпізнати, під час зайняття злочинною діяльністю виробляються своєрідні вміння, навички і нахили.

Знайомими виразами для носіїв української мови, що є аналогами англійського “M.O.”, є «почерк злочинця» або «злочинний почерк». Тому це речення можна було б перекласти як «Що, думаєш, я не впізнаю цей почерк?». В українському дубляжі це висловлювання переклали як «Думаєш, я не знаю, як все працює?». У такому варіанті втрачається значення “M.O.”

4) *DOA*. Аббревіація від “dead on arrival”, у поліцейських – нова справа після виявлення мертвого тіла. (Така сама аббревіатура використовується і лікарями, коли пацієнт помирає до прибуття у лікарню). Українські поліцейські у таких випадках використовують такі слова як «труп», або «тіло». В українському перекладі серіалу це звучить як «знайшли труп».

5) *In the biz we call that “the death bubble”*. Biz – скорочення від “business”, часто використовується по відношенню до розважального бізнесу, особливо поп-музики та кіно. Проте у серіалі це слово використовується мед. експертом, що спеціалізується на проведенні розтинів та обожнює свою роботу. Коли вона каже “In the biz we call that” вона має на увазі колег, з якими працює, бо наступне, що вона каже не поширено у колах мед. експертів або лікарів, тобто є особливим жаргоном цієї конкретної групи осіб. В українському дубляжі цю фразу перекладено як «ми це називаємо це». Але у перекладі можна було зробити акцент на посилання на саме цю групу людей. Наприклад: «Серед своїх ми називаємо це», або «У нас тут ми зємо це».

6) *Narc*. Слово “Narc” – скорочення від “narcotic agent”. Це жаргонне слово має два значення: 1 – федеральний агент або поліцейський, що спеціалізується на справах, пов’язаних з наркотиками; 2 – слово використовують у значенні «інформатор поліції», «стукач», людина, що не пов’язана з правоохоронною діяльністю, проте таємно передає поліції інформацію про осіб, які пов’язані з нелегальною діяльністю.

У контексті серіалу це слово було використане поліціанкою щоб втертися у довіру до підлітків. Вона намагається показати своє презирливе ставлення до поліцейських, тому називає свою колегу “narc”. Тобто у цьому випадку це слово вжито у першому значенні і має вира-

жене негативне забарвлення. В українській мові є жаргонні слова з негативним відтінком, якими у народі називають поліцейських – це «мент» та «лягавий». В українському дубляжі вона називає колегу «лягавою».

7) *Collar*. Жаргонне слово, що означає «арештант, арештовувати», використовується в основному серед працівників Департаменту поліції Нью-Йорка та інших поліцейських штату Нью-Йорк (саме там і відбуваються події серіалу «Бруклін 9-9»). В одному з епізодів, коли герої обговорюють проведені ними арешти, вони використовують саме слово *collar*:

“I think it’s the oldest collar of my entire career”

“My oldest collar was 78, but the PCP make her fight like she was 20”

У цьому контексті “*Collar*” – це саме арештант. Проте українських жаргонних відповідників до цього слова немає, тільки нейтральне «арештант» (яке й було використане в українському дубляжі) або «затриманий». Проте в українському жаргоні є синоніми до слова «арештовувати» – «винтити», «в’язати». Щоб зберегти неформальний відтінок висловлювань, пропонуємо наступні варіанти перекладу:

«За усю мою кар’єру це, мабуть, найстарший, кого я загвинтив.»

«Найстаршій, кого я пов’язала, було 78, але через наркотики билась вона, ніби їй 20».

8) “*You foxy ma*”, “*Stay foxy*”. Детектив Уоррен Пемброук, на прізвисько «Стерв’ятник» промовив ці фрази до детектива Сантьяго, коли намагався фліртувати з нею на робочому місці. Таке зневажливе і непрофесійне ставлення викликало у Сантьяго роздратування, бо зазвичай подібне можна почути у «вуличних» розмовах.

Фоху – розмовне слово, яким зазвичай називають дуже красивих, звабливих дівчат – сленговий синонім до слів «приваблива, гарна».

Ма – сленгове слово зі значенням «мила, гарна дівчина»

В українському перекладі фразу “*You foxy ma*” переклали як «Чудовий вигляд, Сантьяго», а “*Stay foxy*” – «Не марній».

Одразу можна помітити різницю між оригіналом і перекладом. Англійські речення більш яскравіші за рахунок вживання сленгу, у той час як український варіант нейтралізує усю зухвалість і недоречність сказаного, глядач може не зрозуміти обурення Сантьяго на свого колегу за такі звичайні слова. В українській мові досить багато слів, які могли б стати еквівалентами до цих англійських сленгізмів.

Пропонуємо наступні варіанти перекладу: *You foxu ta – A tu гаряча штучка* або *Ти просто вогонь, мала*.

Stay foxu – He зав'янь, квіточко

9) *The beef light of my loaf*. Детектив Сантьяго зачитувала своєму колезі СМС, які він надіслав їй вночі у стані алкогольного сп'яніння. Джейк Перальта зустрів свого кумира, автора книги, яка надихнула його стати детективом. Разом зі своїм улюбленим письменником Перальта дуже весело проводив час, постійно коментуючи свої пригоди колезі. Перальта намагався написати, що це була *“the best night of my life”*, проте через його стан у нього вийшло *“The beef light of my loaf”*. В українському перекладі ця фраза звучить *«Яловичина завалилася на мою голову»*. Такі слова схожі на нерозбірливий текст, написаний п'яною людиною, проте оригінальний зміст втрачається. Як варіант, можна було підібрати слова, які візуально і за звучанням нагадували б речення про кращу ніч: *Краща ніч мого життя – Хаща ніч мого лиття*. Як і в оригіналі, дослівно речення не має жодного змісту, проте у контексті все стає зрозумілим.

10) *Where's the can? I gotta unload*. Фраза від автору кримінальних романів Джиммі Бродана, людини «старої школи», який і досі сприймає світ так, ніби на дворі 70-ті. Дуже грубий і нахабний. Він питав, де у відділку вбиральня, проте не підбирав при цьому пристойних слів. В українському дубляжі вдалося передати грубість висловлювання: *Where's the can? I gotta unload – Де тут нужник? Мені треба розвантажитись*. Проте слово «розвантажитись» в українській мові, на відміну від англійського *“unload”*, не означає «справити нужду», хоча і є зрозумілим з контексту. Еквівалентами можуть бути вирази *«відлити, злити баки»*.

11) *Boring tumbo jumbo*. Ця фраза належить письменнику Джиммі Бродану. Він хотів простежити за роботою детективів, щоб потім описати все у своїй статті, проте пояснення детектива Сантьяго про роботу їх алгоритму, який вони використовували для вирахування шахрая, що знаходив жертв у мережі Інтернет, здалися Бродану дуже нудними. *“Mumbo jumbo”* у англійському жаргоні

позначає слова чи дії, які здаються складними чи таємничими, але не мають реального значення. Саме так і думав письменник про роботу детектива за комп'ютером (на його думку, справжні детективи не сидять у кабінетах, виконуючи монотонну роботу, а постійно потрапляють у халепи). Український дубляж: *Boring tumbo jumbo – Нудна маячня*. Переклад вдалий, передає зміст оригінального висловлювання. Проте можна підібрати і інші варіанти перекладу, які також змогли би підкреслити буркотливий характер Бродана і його незадоволення незрозумілою нецікавою працею: *«Нудна беліберда»*, *«Незрозуміле казна-що»*, *«Нудотна дуристика»*.

12) *I could take a pic of myself dressed up as an elf. Elfie-selfie*. Слово *selfie* у значенні «фото самого себе, автопортрет» вже давно прижилося не тільки в англійській мові, але і широко використовується в українській. Серіал вийшов у 2014 році, саме у період, коли подібні фото набирали популярність, тому не зовсім зрозуміло, навіщо «селфі» опустили при перекладі: *«Я могла б сфотографуватись у костюмі ельфа. Ельф-чарівник»*. Слово «ельф» і селфі знайомі українській аудиторії і не потребують додаткового пояснення. На нашу думку, можна було б залишити варіант *«Елфі-селфі»*. Або використати розмовні варіанти назв таких фото-автопортретів, які досить активно поширюють користувачі соц. мереж в Інтернеті – *самознімка, самусь, самчик*. Тоді ця фраза могла б звучати як: *«Ельфо-знімок»* або *«Ельфичний самусь»*.

Висновки. Можна зазначити, що в українському кінематографічному дублюванні англійських жаргонізмів і просторіччя досить часто зустрічається оригінальний зміст висловлювань, їх забарвлення і експресивність. Іноді такі випадки виправдані необхідністю робити фрази лаконічними для синхронізації мовлення актора і дублера та недоречністю використання певних слів на телебаченні. Перекладання нелітературної лексики потребує подальшого детального аналізу виразів у контексті і пошуків схожих відповідників у мові перекладу.

Список літератури:

1. Громова З.В. Основні помилки при перекладі назв кінофільмів. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. Філологічні науки. 2013. № 9(1). С. 28–33.
2. Журавель Т.В. Кінопереклад як вид аудіовізуального перекладу і його становлення в Україні та світі. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Серія «Філологічні науки (мовознавство)». 2018. № 10. С. 35–38.
3. Каламбет Я.І., Одновол В.Я. Дублювання VS субтитрування в англійському кінодискурсі (на матеріалі фільму «загублена»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). № 5. Ч. 1. 2021. С. 245–250.

4. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця. Нова книга, 2004. 576 с.
5. Конкульовський В.В. До проблеми перекладацьких трансформацій у кінотекстах комедійного жанру. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2012. Вип. 25. С. 62–64.
6. Корольова Т.М., Олександрова О.В. Стилізація соціолекту молоді в кінодіалозі. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. Одеса: Астропринт, 2016. № 22. С. 75–84.
7. Корольова Т., Норяк Т. Експлікація та імплікація при дублюванні англійськомовних художніх фільмів українською мовою. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. 2020. № 31. С. 294–311.
8. Кривонос Я.В. Нормативні проблеми українського перекладу американської кінопродукції. *Лінгвістика*. 2010. № 1. С. 176–182.
9. Лукьянова Т.Г. Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську мову. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2011. №973. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 68. С.183–188.
10. Науменко Л.П., Гордєєва А.Й. Практичний курс перекладу з англійської на українську: навч. посіб. Вінниця: Нова книга, 2011. 136 с.
11. Орехова О.І. Теоретичні засади кіноперекладу: історичний аспект. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. Серія: Філологічні науки. 2013. Кн. 3. С. 164–170.
12. Софієнко І.В. Переклад кінокомедій українською: крізь терни до сміху. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46(4). С. 42–49.
13. Banos Pinero R. *Audiovisual Translation in a Global Context: Mapping an Ever-changing Landscape*. Palgrave Macmillan, 2015. 312 p.
14. Diaz-Cintas J. *New Trends in Audiovisual Translation*. Multilingual Matters, 2009. 288 p.
15. Gambier Y. *Screen Translation: Special Issue of the Translator*. Routledge, 2016. 224 p.
16. Pettit Z. *Connecting Cultures: Cultural Transfer in Subtitling and Dubbing*. *New Trends in Audiovisual Translation*. Bristol/Buffalo/Toronto: Multilingual Matters. 2009. P. 44–57.
17. O'Sullivan C. *Translating Popular Film*. Palgrave Macmillan, 2011. 243 p.

Baiteriakova N. Yu., Bezsonova V. A. PECULIARITIES OF JARGONISMS AND COLLOQUIALISMS TRANSLATION WHEN DUBBING THE ENGLISH COMEDIES (ON THE EXAMPLE OF THE TV SERIES “BROOKLYN 9-9”)

The article analyzes the specifics of jargon and colloquialisms translation when dubbing the English comedies into Ukrainian using the example of the movie series “Brooklyn 9-9”. The need for the given study is explained by the fact that watching sitcoms is gaining more and more popularity among modern viewers, while their consumption contributes to cultural exchange and the ability to understand better all the modern conversational communication patterns in the English-speaking environment.

When dubbing modern English comedies into Ukrainian, the problem arises as for the adequate translation of non-literary vocabulary with the preservation of the content and context, expressive coloring, understanding of its subtext, and at the same time with compliance with the moral norms of the domestic audience.

The translation of low colloquial vocabulary is divided into the cases: when the corresponding equivalents are present in the target language or not. In the case of the non-equivalent variant, the translation of lexical or stylistic transformations are used. At the same time, it is important to match the length of the translated Ukrainian phrase with its English version.

The peculiar feature of the dubbing “Brooklyn 9-9” series, which depicts the life of a police station in Brooklyn, is that there jargon and colloquialisms are widely used together with the specific vocabulary of the criminal and law enforcement community. There are variants low colloquial vocabulary, in which the grammatical norms of degrees of comparison formation are violated; very vulgar slang expressions related to sexual relations; abbreviations of hackneyed jargon or professional expressions; abbreviations from single words or phrases; sentences that have no meaning, etc.

The analysis of “Brooklyn 9-9” series translation shows that in the Ukrainian cinematographic dubbing of English jargons and colloquialisms, the original content of the statements, their coloring and expressiveness are traced quite often; but at the same time there are also cases when in the Ukrainian version these specified features of the low colloquial vocabulary are neutralized.

Key words: jargonism, colloquialism, translation, dubbing, comedy.

Василенко А. Р.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Статкевич Л. П.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕТАФОРИ ЯК ЗАСОБУ ВПЛИВУ В МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Сучасне суспільство сьогодні є все більш залежним від інформації та інформаційних технологій, у зв'язку з чим засоби масової інформації набувають все більшого значення. Нині ЗМІ виконують не лише інформативну функцію, а й часто формують суспільну думку щодо тих чи інших подій або персоналій. Використання різних мовних форм, зокрема, метафор, може бути ефективним засобом впливу на аудиторію та потребує подальшого дослідження. У статті визначено особливості використання метафори в якості засобу впливу в мас-медійному дискурсі. Також здійснено порівняння існуючих визначень дефініції «метафора», характеристика мас-медійного дискурсу, визначення особливостей комунікативних дій адресанта в мас-медійному дискурсі, опис моделей впливу в медіадискурсі та дослідження використання метафори в якості засобу впливу в мас-медійному дискурсі. Визначено, що на сьогодні не існує як єдиного визначення метафори, так і єдиної системи класифікації метафор. Метафора поширена в різних видах дискурсу, де вона виконує різні функції, залежно від яких вона може розглядатися як стилістичний прийом, як спосіб образного вираження змісту, як спосіб пізнання та номінації нових понять та як спосіб мислення. При цьому конкретний дискурс має різний ступінь метафоричності. Визначено, що мас-медійний дискурс є не лише системою-відображенням актуальної соціальної реальності, але, разом з цим, і системою когнітивного управління соціальних настроїв. У статті також приділено увагу комунікативним діям адресанта у системі мас-медійного дискурсу. Охарактеризовано найбільш характерні ознаки мас-медійного дискурсу, який є відображенням світогляду соціуму. Визначено, що у мовознавстві немає єдиної класифікації прийомів і засобів мовного маніпулювання. Описано найпоширеніші методи мовного маніпулювання та визначено роль метафори в них.

Ключові слова: метафора, дискурс, мас-медійний дискурс, маніпулятивний вплив.

Постановка проблеми. Питання реалізації різних комунікативних стратегій впливу неодноразово ставали предметом досліджень у рамках лінгвістик суспільної психології, соціології, політології тощо. Класичні та сучасні праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених відображають актуальні аспекти даного явища. На сьогодні управління масовою свідомістю стає в ряд із найактуальнішими проблемами сучасності. Трансформація чи процеси спотворення та смислового, емоційного чи психологічного викривлення інформації та процесів функціонування інформаційного середовища зараз активно експлуатуються для здійснення впливу на психіку людей, зміни їхньої поведінки, для психологічних маніпуляцій особистістю. Засоби масової інформації та Інтернет можуть надати широке поле для дослідження тактик та стратегій маніпуляції.

Неможливо недооцінити роль ЗМІ у складному процесі відбору інформації, представленої широкому загалу у різних вербальних формах та образах. Наприклад, метафора є ненав'язливим способом м'якого прихованого впливу на реципієнта та є чудовим інструментом для того, щоб передати інформацію, яку автор з тих чи інших причин не вважає за доцільне позначити прямо, за допомогою безпосередніх номінацій. Все це визначає актуальність спроб дослідити особливості використання метафори як засобу впливу на масову аудиторію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями метафори займалися численні вітчизняні та зарубіжні вчені – Дж. Лакофф (Lakoff, G., 2008), М. Блек (Black, M., 1979), Е. МакКормак (McCormack E., 1990), Н. Д. Арутюнова (Арутюнова, 1990), Л. В. Балашова (Балашова, 2014), А. Н. Баранов (Баранов, 2004),

Л. Є. Гапонова (Гапонова, 2013), К. А. Лут (Лут, 2011), М. В. Романюха (Романюха, 2013) та ін.

Питанню метафори в публіцистичному стилі присвятили свої праці такі дослідники як: Я. Б. Келічава (Келічава, 2016), П. П. Мельник (Мельник, 2014), Л. В. Одинецька (Одинецька, 2017), А. Овсієнко (Овсієнко, 2018) та ін.

Дослідженням стратегій та засобів мовного впливу в мас-медійному дискурсі займалися такі вчені, як А. Акіпова (Акіпова, 2013), Т. Стасюк (Стасюк, 2010), В. В. Лойко, (Лойко, 2011), Л. Чік (Чік, 2015) та інші.

Незважаючи на численні дослідження на суміжну тематику, метафора як засіб мовного впливу в мас-медійному дискурсі залишається недостатньо дослідженим явищем, що зумовлює необхідність даного дослідження.

Мета дослідження – визначення особливостей використання метафори в якості засобу впливу в мас-медійному дискурсі.

Відповідно до мети, необхідно вирішити наступні завдання:

- Здійснити порівняння існуючих визначень дефініції «метафора»;
- Дати характеристику мас-медійного дискурсу;
- Визначити особливості комунікативних дій адресанта в мас-медійному дискурсі;
- Описати моделі впливу в медіадискурсі;
- Дослідити використання метафори в якості засобу впливу в мас-медійному дискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Перш ніж розглянути поняття метафори у лінгвістичних дослідженнях, простежимо етимологію цього слова. Наприклад, Аристотель вважав метафору звичайним перенесенням слова «<...> зі зміною значення з роду на вид, з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією» [8, с. 139]. З цього визначення випливає, що метафора виникає на основі перенесення властивостей, тому її можна назвати скороченим порівнянням: відбувається заміщення того, що мовець має на увазі, іншим висловлюванням. Важливим є той факт, що метафора – це саме «перенесення <...> за аналогією», тобто за подібністю чи подобою, за асоціацією тощо.

Метафора реалізується також у мові та є мовним явищем. Вперше воно почало вивчатися у риторичі, де метафора розглядалася як певне відхилення від норми, як перенесення назви одного предмета на інший. Головною метою метафори в риторичі було прикрасити мову, вплинути на слухача та переконати його. Тому метафора головним чином виконувала прагматичну функцію.

Пізніше вивчення метафори перейшло до стилістики, саме до образної мови, коли метафора почала виконувати образну функцію. Оскільки метафора функціонує саме у мові, слід розглядати її як мовленнєвий, індивідуально реалізований прийом мовця або письменника, який він застосовує, дотримуючись певної фігури та використовуючи певні мовні засоби. Твердження, що мова є індивідуальною, підтверджується багаторазовими дослідженнями мови та мовлення [6, с. 113; 3, с. 249–267].

Існують різні підходи щодо визначення поняття «метафора». В баченні Н.Д. Арутюнової: «Метафора – троп або механізм мови, що полягає у вживанні слова, що позначає певний клас предметів, явищ тощо, для характеристизації чи найменування об'єкта, що входить до іншого класу, або найменування іншого класу об'єктів, аналогічного даному в будь-якому відношенні» [9, с. 385]. У когнітивній лінгвістиці під метафорою розуміються не лише власне метафори, а й порівняльні звороти, перифрази, метонімія, фразеологізми, складові найменування та інші образні засоби [4, с. 201].

На думку автора, найбільш влучним визначенням метафори є розуміння її як мовного звороту, засобу виразності, виразу, головна роль якого описує соціальну реальність, використовуючи усталений вираз на відміну від прямого висловлювання.

На сьогодні не існує як єдиного визначення метафори, так і єдиної системи класифікації метафор, оскільки різні дослідники виділяють значну кількість критеріїв, за якими можна проводити класифікацію. Існують різні підходи та способи класифікації метафор, що залежать від критеріїв, які дослідники беруть як основу для аналізу. В українській мові досі не вироблена чітка система, певний список параметрів щодо класифікації метафор з погляду мовознавства [12, с. 52-68].

Вибравши певні критерії (параметри) для класифікації, можна назвати безліч різних видів метафор. Наприклад, якщо проаналізувати метафори за їх поширеністю у мові, можна назвати загальномовні та індивідуальні; за структурою можна виділити одночленні та двочленні; за функціональним критерієм – номінативні, декоративні, оціночні та ін.

На думку автора, доцільно виділити такі метафоричні групи: проста метафора, розгорнута, змішана, етимологічна, індивідуально-авторська, поетична, традиційна, композиційна, гіперболічна, метафора персоніфікації, метафорична антономазія та метафоричний епітет. Крім того, дослідники часто вказують на зв'язок метафори

з алегорією, перифразом, алюзією та порівнянням, а також відмінності метафори від метонімії та синекдохи.

Метафора поширена в різних видах дискурсу, де вона виконує різні функції. При цьому конкретний дискурс має різний ступінь метафоричності (наприклад, дискурс розмовної мови та дискурс офіційного прийому, політичний дискурс та дискурс поезії суттєво між собою відрізняються, в тому числі, і ступенем метафоричності). Найчастіше нині метафора зустрічається в художньому та мас-медійному дискурсі.

Говорячи про мас-медійний дискурс, слід спершу уточнити його поняття. В загальних рисах під поняттям «дискурс» в лінгвістиці найчастіше розуміють діяльність людини, що генерує розумовий процес, який проявляється у мовній формі. У сучасному світі, в основі якого лежить інформація та поінформованість, базовим дискурсом стає мас-медійний дискурс, який, безперечно, спрямований на формування концептуальної картини світу сучасного суспільства.

Ключовими принципами мас-медійного дискурсу є:

- Зосередженість на соціально значущих подіях;
- Фрагментована картина світу;
- Відкрита світоглядна позиція;
- Соціальна оцінність та ін. [27, с. 239–242].

Говорячи про друковані засоби масової інформації, слід відзначити їх характерну особливість: адресат та адресант не вступають у безпосередню комунікацію – комунікативною дією адресанта, журналіста є текст статті. Безпосередня реакція адресата, у цій комунікативній ситуації менш важлива.

У процесі формування письмового дискурсу автор тексту використовує особливі засоби висловлювання та мовні звороти з метою домогтися необхідного результату – впливати на реципієнта. І тому журналісти знаходять певні лінгвістичні способи донесення інформації, властиві мові конкретних ЗМІ.

Потрібно враховувати, що, створюючи текст, автор також працює над виконанням соціального замовлення, тому ретельний відбір мовних засобів є необхідною умовою досягнення мети [14, с. 172–179]. Інакше журналіст може зазнати комунікативної невдачі. Завдання кореспондента – не просто передати інформацію у процесі своєї дискурсивної діяльності, а впливати на реципієнта, завдання ж аудиторії – отримати нову інформацію.

Особливістю мас-медійного дискурсу є його ідеологічна спрямованість, яка проявляється, по-перше, у його здатності вибірково актуалізувати інформацію, а по-друге, – в управлінні когнітивною складовою суспільства. Когнітивною одиницею мас-медійного дискурсу є мас-медійний концепт, що є певним зосередженням на актуальній соціальній дійсності, затребуваній в контексті соціальної ідеології.

Таким чином, мас-медійний дискурс є складним механізмом, спрямованим, з одного боку, на відображення сучасної дійсності, з іншого боку, сам дає оцінку подіям або фактам, за допомогою своєї ідеологічної функції, керуючи когнітивною діяльністю соціуму.

Специфіка маніпулятивного впливу в ЗМІ розглядається як одна з характеристик сучасної мовної діяльності, вивчення якої знаходиться в центрі уваги лінгвістів. Маніпулювання, як відомо, є складним психолінгвістичним процесом із впливу на людину. Ознаками маніпуляції є: прихований вплив, бажання змінити погляди адресата на свою користь; особлива організація тексту у повідомленні; створення ілюзії самостійного вибору співрозмовника.

Маніпулювання має застосування у багатьох сферах діяльності людини: в політиці, рекламі, літературі, навчанні та ін. Важливим інструментом масової комунікації виступають ЗМІ, які за допомогою маніпуляції мають можливість керувати громадською думкою. Практично будь-яка інформація не є повною і істинною, що і дозволяє створити потрібне уявлення про дійсності. Хоча маніпулятивні можливості мови з кожним днем все частіше стають об'єктом лінгвістичних досліджень, досі існують численні невирішені питання в цьому феномені. Також з кожним днем поповнюється список існуючих прийомів впливу, самі прийоми ускладнюються.

Так, не секрет, що в сучасних умовах різноманіття інформаційних інтернет-ресурсів, медіа, особливо новинного спрямування, доводиться жорстко конкурувати між собою для збільшення трафіку, оскільки часто єдиним методом заробітку подібних майданчиків є розміщення рекламних банерів на полях статей, за які рекламодавці платять залежно від кількості людей, які відвідали сторінку, де розміщено оголошення. І як відомо, чим більше людей клацнули за посиланням – тим, відповідно, більший прибуток отримає медіа. Безумовно, людина, яка вже прочитала певну новину на тому чи іншому сайті, навряд чи переходитиме на сайт конкурент і шукатиме ту ж саму новину

там. І саме для максимізації переглядів автори статей вигадують гучні, «клікбейтні» (click – клацання, bait – наживка) заголовки, що на сьогодні є найчастішим способом маніпуляції в мас-медійному дискурсі [26, с. 113].

З психологічної точки зору, в такій ситуації у людей підсвідомо відбувається формування певних, зазвичай завищених, очікувань, які повинні реалізуватися після переходу за посиланням. З подібного приводу П'єр Бурдьє, відомий французький соціолог, етнолог, філософ, у праці «Про телебачення» наголошував, що телевізійні ток-шоу (у широкому розумінні цього поняття) «не допомагають осмислити проблему, а, навпаки, заважають це зробити. Вони не дають мислити, а імітують цей процес, обдурюючи аудиторію» [2, с. 559].

Як було зазначено вище, на сьогодні в лінгвістиці немає єдиної класифікації прийомів і засобів мовного маніпулювання. Це пов'язане з тим, що у процесі комунікації, особливо в мас-медійному дискурсі, часто використовують кілька способів, внаслідок чого відбувається накладення одних прийомів на інші, що призводить до практичної неможливості їх розмежування. До того ж список методів впливу постійно видозмінюється та поповнюється.

В теорії комунікації часто виділяють наступні прийоми, при використанні яких відбувається те, що маніпулятор впливає на свідомість та підсвідомість адресата повідомлення: замовчування (приховування), селекція, спотворення, фальсифікація, напівправа, створення «неіснуючої реальності», хибний висновок, хибна інтерпретація, ефект ошуканого очікування та ін. [15, с. 229]. Кожен вид реалізується з допомогою певних мовних прийомів, які, у свою чергу, виражаються через мовні засоби (фонографічні, лексичні, морфологічні, синтаксичні та ін.).

До мовних прийомів спотворення інформації ми відносимо навішування ярликів, використання комунікативної категорії «свій – чужий», евфемізмів, дисфемізмів та виразних засобів мови з маніпулятивною метою. За допомогою цих прийомів журналісти прикрашають або, навпаки, змальовують похмуру дійсність, формують певне ставлення до явища, про яке йдеться: викликають схвалення, захоплення або, навпаки, несхвалення, зневагу. Різноманітні номінації нерідко перетворюються на стереотипи, штампи чи ярлики, які тиражуються у пресі.

Комунікативна категорія «свій – чужий» відбиває бінарність світоустрою, поділ на «своє»

(визнане, схвалюване, безпечне) і «чуже» (не схвалюване, вороже). Найчастіше категорія «свій – чужий» виражається за допомогою займенників «ми», «наш» і «вони», «не наш», «їх». Причому категорія «свій» завжди оцінюється позитивно, а категорія «чужий» – негативно [7, с. 3–7].

Спотворення інформації може здійснюватися за допомогою таких лексичних засобів мови, як евфемізм та дисфемізм. У самому понятті евфемізму ховається його маніпулятивний потенціал: за рахунок заміни слів та створення нейтральної чи позитивної конотації змінюється ставлення адресата до події, виникає асоціація з чимось корисним.

Евфемізми замінюють небажані слова та висловлювання, допомагають уникнути конфлікту та навіть приховати негативні явища дійсності. Їх вживання – приклад того, як за допомогою лексичних засобів мови можна змінити ставлення адресата до інформації, що повідомляється [21, с. 183].

Поруч із евфемізацією застосовується і дисфемізація. Дисфемізм – це навмисне використання грубих, вульгарних, стилістично знижених (іноді нецензурних) слів і оборотів з метою вираження різко негативної оцінки або створення експресії в тих випадках, де можливе стилістично та емоційно-нейтральне вживання. Як дисфемізм використовуються такі емоційно-оцінні слова та висловлювання, які сприяють формуванню неприязні або навіть відрази до об'єкта сприйняття.

У медіатекстах для посилення впливу використовують різні засоби виразності: епітети, метафори, порівняння, риторичні питання, повтори, іронію, антитезу, інверсію, мовну гру та ін. Вони суттєво впливають на адресата, привертають читацьку увагу, активізують асоціативне та образне мислення. Водночас ці мовні одиниці мають і другий план – переносне значення. Тому з їхньою допомогою в текст закладається імпліцитний зміст. Цією властивістю користуються маніпулятори.

Сучасні зарубіжні ЗМІ, як і їх українські колеги, не завжди здатні надати своїй аудиторії достовірну інформацію. У цих випадках спостерігається використання таких методів, як вплетення чуток та спотворення сенсу подій. Посилаючись на недостовірні дані, формуються фальсифіковані опитування громадської думки з метою переконання громадськості у підтримці більшості тієї чи іншої позиції. Страх опинитися в соціальній ізоляції чи меншості підштовхує реципієнта змінювати чи замовчувати свої погляди. Таким чином, суб'єкт маніпуляції досягає бажаного результату,

описаного в опитуванні. Найчастіше цей прийом використовують в медіа напередодні виборчих кампаній [18, с. 179–181].

Також в контексті маніпуляцій в ЗМІ неможливо не згадати негативну пропаганду, яка найчастіше будується на маніпулятивних техніках та викривленні інформації.

Пропаганда завжди має мету або набір цілей. Для досягнення цих цілей пропаганда відбирає факти і представляє їх таким чином, щоб вплив на свідомість був найбільшим. Задля досягнення своєї мети пропаганда може відкидати деякі важливі факти або спотворювати їх, а також намагатися відвернути увагу аудиторії від інших джерел інформації.

Будь-яке суспільство, як відомо, має свою власну свідомість – сукупність психологічних властивостей і поглядів, властивих саме цій групі. Історичні передумови формують суспільні настрої та ідеології, що дозволяє сприймати суспільство як цілісність. ЗМІ, використовуючи фіксований набір цінностей і світоглядів кожної групи, успішно виконують маніпуляцію їх свідомістю.

Маніпулятивні тексти в ЗМІ та пропаганда формують суспільну думку. Кожна людина, яка живе в соціумі, незалежно від місця проживання, роду діяльності, захоплень, тією чи іншою мірою відчуває на собі вплив пропаганди та маніпуляцій. ЗМІ суттєво впливають на створення потрібного образу та ідеології у свідомості громадськості. Розвиток інформаційних процесів лише посилює цей тиск і дає простір для утворення нових методів та принципів маніпулювання. Маніпуляція призводить до спотворення реальної картини світу, трансформації знань та уявлень.

В будь-якому з прийомів маніпуляції журналіст може використовувати метафору: наприклад, щоб створити негативний імідж політику, його можна порівняти з ненажерливою сараною, натякаючи таким чином на його для корумпованість, або навпаки, для створення позитивного іміджу міста порівняти його з Едемом. Використання метафори в маніпулятивних стратегіях в мас-медіа обмежується лише фантазією журналіста.

Загалом, метафора в ЗМІ широко застосовується як спосіб маніпулювання свідомістю, нав'язування певних суб'єктивних оцінок, встановлення необхідних асоціативних зв'язків та послаблення небажаної реакції аудиторії на певну інформацію. З погляду вербальної репрезентації метафора може бути виражена словами, словосполученнями, реченнями. Поряд з лексичними та семантичними повторами та інверсивними кон-

струкціями метафора є незамінним засобом формування суб'єктивної оцінки читацької аудиторії на певну інформацію у ЗМІ.

Висновки. Отже, на сьогодні не існує як єдиного визначення метафори, так і єдиної системи класифікації метафор, оскільки різні дослідники виділяють значну кількість критеріїв, за якими можна проводити класифікацію. На думку автора, найбільш влучним визначенням метафори є розуміння її як мовного звороту, засобу виразності, виразу, головна роль якого описує соціальну реальність, використовуючи усталений вираз на відміну від прямого висловлювання.

Метафора поширена в різних видах дискурсу, де вона виконує різні функції, залежно від яких вона може розглядатися як стилістичний прийом, як спосіб образного вираження змісту, як спосіб пізнання та номінації нових понять та як спосіб мислення. При цьому конкретний дискурс має різний ступінь метафоричності. Традиційно в залежності від мовних функцій виділяються такі типи мовної метафори як номінативна, когнітивна та образна.

Дискурс – це діяльність людини, що генерує розумовий процес, який проявляється у мовній формі. У сучасному світі, в основі якого лежить інформація та поінформованість, базовим дискурсом стає мас-медійний дискурс, який, безперечно, спрямований на формування концептуальної картини світу сучасного суспільства.

Особливістю мас-медійного дискурсу є його ідеологічна спрямованість, яка проявляється, по-перше, у його здатності вибірково актуалізувати інформацію, а по-друге – в управлінні когнітивною складовою суспільства. Когнітивною одиницею мас-медійного дискурсу є мас-медійний концепт, що є певним зосередженням на актуальній соціальній дійсності, затребуваній в контексті соціальної ідеології

В мас-медійному дискурсі надзвичайно актуальним є питання маніпулятивного впливу, тобто процесів спотворення та смислового, емоційного чи психологічного викривлення інформації для здійснення впливу на психіку людей, зміни їхньої поведінки, для психологічних маніпуляцій особистістю зокрема та суспільства в цілому. Маніпуляції та негативна пропаганда в мас-медійному дискурсі є потужними інструментами формування суспільної думки, які суттєво впливають на створення потрібного образу та ідеології у свідомості громадськості.

Метафора в мас-медійному дискурсі є складовою багатьох маніпулятивних стратегій. Поряд

з метафорою, у медіатекстах для посилення впливу використовують різні засоби виразності: епітети, порівняння, риторичні питання, повтори, іронію, антитезу, інверсію, мовну гру та ін. Вони суттєво впливають на адресата, привертають читацьку увагу, активізують асоціативне та образне мислення. Водночас ці мовні одиниці мають і другий план – переносне значення.

Тому з їхньою допомогою в текст закладається імпліцитний зміст. Цією властивістю користуються маніпулятори. Загалом, метафора в ЗМІ широко застосовується як спосіб маніпулювання свідомістю, нав'язування певних суб'єктивних оцінок, встановлення необхідних асоціативних зв'язків та послаблення небажаної реакції аудиторії на певну інформацію.

Список літератури:

1. Black M. More about metaphor. *Metaphor and thought*, 1993. С. 19–41. URL: <https://doi.org/10.1017/SVO9781139173865.004> (дата звернення: 10.11.2022).
2. Bourdieu P. *On Television and Journalism*. London: Pluto. 1996. 559 с.
3. Keller E. F. Cognitive functions of metaphor in the natural sciences. *Interdisciplinary science reviews*. 2020. Т. 45, № 3. С. 249–267. URL: <https://doi.org/10.1080/03080188.2020.1794384> (дата звернення: 10.11.2022).
4. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors we live by*. University of Chicago press. 2008. 201 с.
5. McCormack E. *Cognitive theory of metaphor*. Moscow : Progress, 1990. 418 с.
6. Šorm E., Steen G. General image understanding in visual metaphor identification. *ODISEA. Revista de estudios ingleses*. 2018. № 18. С. 113. URL: <https://doi.org/10.25115/odisea.v0i18.1900> (дата звернення: 10.11.2022).
7. Андріанова Н. С. Концептуальна діада свій–чужий як жанроутворювальний параметр чату. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*. 2014. Т. 22, № 20 (2). С. 3–7.
8. Арістотель. *Поетика*, пер. з старогр. Б. Тен. Київ: Мистецтво, 1967 139 с.
9. Арутюнова Н. Д., Журина М. А. *Теория метафоры*. Москва : Прогресс, 1990. 385 с.
10. Балашова Л. В. Русская метафорическая система в развитии: XI – XXI вв. *Знак*, 2014. 632 с.
11. Баранов А. Н. *Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики*. М., 2004. 84 с.
12. Вакуленко М. О. Термін і термінологія: основні положення та методи дослідження. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. 2010. № 25. С. 52–68.
13. Гапонова Л. Є. Роль метафори у формуванні української криміналістичної термінології. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Т. 9, № 1. С. 97–103. URL: <https://doi.org/10.31812/filstd.v9i1.515> (дата звернення: 10.11.2022).
14. Гуменна І. Асоціативно-експресивні засоби англійського масмедійного дискурсу. *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: філологія (мовознавство)*. 2014. № 20. С. 172–179.
15. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 років) : дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. 229 с.
16. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2011. № 57. С. 179–181.
17. Лут К. А. Інтерація візуальних та вербальних метафор у популярному економічному дискурсі. *Нова філологія*. 2011. № 44. С. 83–86.
18. Навасартян Л. Г. Евфемізм як засіб маніпулятивного впливу у ЗМІ. *XXVII Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства»* : Матеріали конф., м. Кременчук. Кременчук, 2020. С. 183.
19. Овсієнко А. Метафора в масмедійному дискурсі. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2018. № 6. С. 58–73.
20. Романоюха М. В. Основні функції метафори в економічному медіа дискурсі. *Мова і засоби масової комунікації*. 2012. С. 220–225. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO M=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mik_2012_15_5_40.pdf (дата звернення: 10.11.2022).
21. Стрикалова, Т. А., Гудошник, О. В. Вірусна комунікація як засіб поширення конфліктного дискурсу (досвід створення термінологічного показника). *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. Дніпро: ДНУ імені О. Гончара, 2020. С. 113.
22. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англомовних он-лайн журналів для підлітків). *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Серія: філологічна*. 2013. № 38. С. 239–242.

Vasylenko A. R., Statkevych L. P. MANIPULATIVE IMPACT OF METAPHOR IN MASS MEDIA DISCOURSE: THEORETICAL ASPECT

Today's modern society is more and more dependent on information and information technologies, in connection with which mass media are gaining more and more importance. Today, the mass media perform not only an informative function, but also often shape public opinion about certain events or personalities. The use of different language forms, in particular, metaphors, can be an effective means of influencing the audience and needs further research. The article defines the specifics of the use of metaphor as a means of influence in mass media discourse. The article also compares the existing definitions of the definition of «metaphor», the characteristics of the mass media discourse, the determination of the features of the communicative actions of the addressee in the mass media discourse, the description of models of influence in the media discourse, and the study of the use of metaphor as a means of influence in the mass media discourse. It was determined that today there is no single definition of metaphor, and no single system of classification of metaphors. Metaphor is widespread in various types of discourse, where it performs different functions, depending on which it can be considered as a stylistic technique, as a way of figuratively expressing content, as a way of knowing and naming new concepts, and as a way of thinking. At the same time, a specific discourse has a different degree of metaphoricity. It was determined that the mass media discourse is not only a system-reflection of current social reality, but also a system of cognitive management of social attitudes. The article also pays attention to the communicative actions of the addressee in the system of mass media discourse. The most characteristic features of the mass media discourse, which is a reflection of the worldview of society, are described. It was determined that in linguistics there is no single classification of techniques and means of language manipulation. The most common methods of language manipulation are described and the role of metaphor in them is determined.

Key words: *metaphor, discourse, mass media discourse, manipulative influence.*

Ved T. M.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Lyutviyeva Ya. P.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

GENDER AND PARADYGMATIC LEXICAL INNOVATIONS SPECIFICITY IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

The article is devoted to the study of gender–paradigmatic specificity of lexical innovations in English media discourse. The analysis revealed that lexical innovations can enter into paradigmatic relations both with commonly used words and phrases and with lexical innovations themselves. Among lexical innovations that can enter into paradigmatic relations, the following categories were identified: synonyms among lexical innovations; synonyms among commonly used vocabulary; antonyms among lexical innovations; antonyms among commonly used vocabulary and homonyms among commonly used vocabulary. No homonyms among lexical innovations were found during the analysis. The greatest number of examples of paradigmatic relations of lexical innovations among English media texts are homonyms among commonly used words and phrases. It was found that the paradigmatic relations of lexical innovations are based on the formal or semantic similarity of words, that is, the relations of synonymy, antonymy and homonymy. An important element in the construction of gender differences was the opposition of “male” and “female” and the subordination of the feminine to the masculine phenomena. Most of the analyzed examples of gender related lexical innovations of the English–language media discourse contain a gender component both in the semantic structure and in the actual definition of the new word. According to the study, gender related lexical innovations indicate the stereotypical distribution of male and female roles in the family and career, and their semantics reflects changes in socio–cultural terms. The research material was based on electronic sources and selections of examples of media texts presented in the Internet resources such as: About words. A blog from Cambridge Dictionary, Merriam-Webster dictionary and Word Spy. The Word Lover’s Guide to New Words. The prospect of the study is to consider the specifics of lexical innovations in media English discourse in the aspect of translation in the future researches.

Key words: lexical innovation, new lexis, neologism, English lexicology, gender, paradigmatic relations, media discourse.

Statement of the problem in general form. The English language is constantly evolving, especially due to the word–formation system, the emergence of new word–formation models of words or changes in existing ones. To meet the needs of modern society in communication and consolidation of the results of knowledge of the surrounding reality, the language is in a constant state of evolution. Therefore, the replenishment of the lexicon is a constant process that is carried out due to the emergence of new lexical units. In order to define a word as an innovation it is necessary to examine a number of factors. First of all, lexical innovation must be separated from the one–day word, okazionalism. There is no clear criterion that establishes how much time must pass for a word to be considered an innovation. Also, the study of lexical innovations, neology, as a separate part of the lexicology of the English language is not

fully formed as an independent branch, so there is a problem with the involvement of new formations in the composition of lexical innovations; the lack of marking to indicate new vocabulary also affects their definition, especially in electronic and online sources.

The relevance of the study is due to the following factors: the interest of linguists in the study of new vocabulary in the context of the recent neologic explosion; the need to analyze the processes of replenishing the vocabulary of the language and sociocultural processes in their functional interaction; the lack of comprehensive studies of neologisms from the standpoint of gender and paradigm.

Analysis of recent research and publications. General issues of neology and lexical innovations have repeatedly attracted the attention of researchers such as L. P. Katlinska, N. Z. Kotelova, E. V. Senko, J. Ayto,

C. P. Cook, E. Sanders and others. Ukrainian and foreign linguists turned to the study of linguistic and cultural specifics of the meaning of language units among them V. V. Vorobyov, L. V. Bazarova, V. I. Karasik, V. B. Kashkin, N. A. Krasavsky, N. D. Kishchenko, M. V. Milovanova, S. G. TerMinasova, N. L. Shamne, M. Rijkens, P. Zima and others. But the gender aspect of the study of lexical innovations still remains unexplored.

The purpose of the study is to identify the gender–paradigmatic specificity of lexical innovations in media discourse. To achieve this goal, it is necessary to solve the following tasks:

1. To determine the gender peculiarities of lexical innovations.
2. To find out the paradigmatic characteristics of lexical innovations.
3. To analyze gender–paradigmatic aspects of lexical innovations in media discourse.

Methodology. At the initial stage of the study, the methods of purposive sampling, generalization and systematization were used in the work with theoretical material. The classification method helped to systematize the material in solving each of the tasks. The results of the analysis were summarized and presented in the text of the article using a combination of descriptive methods.

The research material is based on electronic sources and selections of examples of media texts from the Internet resource About words. A blog from Cambridge Dictionary [10]; Merriam-Webster dictionary [14]; Word Spy. The Word Lover's Guide to New Words [18].

Presentation of the main material of the study with full justification of the obtained scientific results. Innovative vocabulary is a linguistic marker of modern society. Getting into the mass media, it gains new manifestations at the speech level and requires further linguistic study and professional interpretation. This is especially true for that part of the vocabulary, which over time will pass from speech to the language system. All aspects related to the use of lexical innovations need to be streamlined and regulated [2, p. 220].

In works devoted to the study of ways and means of language composition, the term «neologism» is widely used, which has several meanings: a word that is actually new, first formed or borrowed from other languages; a word that was known before, but was used only outside the literary language; a word that has fallen out of active use, but at some stage has become widespread, as well as a derivative word that existed in the language potentially and was formed

from long-existing words according to known models only in the last few years [8, p. 7].

Linguists also use other terms that still do not have a single accepted definition in linguistics. Among such terms we can distinguish the following: lexical innovation, potential word, neolexeme, novelty, individual-author neologism, semantic neologism, etc. [9, p. 25].

V. Zhayvoronok points out that semantic derivation (creation of derivative words from the base word) first occurs in individual use, and only then the most «successful» formations get into language use, as they become recurrent (able to be reproduced outside the original context), later function as occasionalisms and only then enter the general linguistic relations, become linguistic facts, and then factors of the lexical system [6, p. 12].

The study of lexical innovations not only allows us to see the ways and means of verbalization of new concepts and categories, the evolution of the linguistic picture of the world, but also gives the keys to understanding the originality of the culture of speakers of this language, their system of values and worldview. They reflect the most important changes taking place in society, and also serve as a source of spread of new linguistic units. [3 p. 120].

Lexical innovations can be both important and significant for society and have a low level of significance. In any case, the meaning of old words changes, new ones are borrowed or created from the existing linguistic material according to the schemes productive at a certain stage of its development, or new systems are created.

Undoubtedly, new words enrich the lexical composition of the language, confirming the dynamics of language development. Neologisms have only a positive impact on the language – they enrich it and contribute to an in–depth study of itself as a phenomenon, as well as the causes of their occurrence. Nowadays new words meet the communicative needs of speakers. It is worth noting that not all neologisms will eventually appear in dictionaries, because it takes time to trace the active and actual use of new words and phrases. The emergence of neologisms is proof of the expansion of the speakers' picture of the world, the change of needs, desires and, of course, the new reality, where the means of realizing their own desires are new. Any change in the lexical composition of the language affects systemic relations. A new lexical innovation appears, a commonly used word acquires a new meaning – it breaks the systemicity of the language and makes it adapt to changes. One of the relations on which the lexical-semantic system is based is paradigmatic.

Paradigmatic relations connect linguistic units on the basis of similarity and/or difference in form or meaning or both. On this basis, language units are united into groups, divisions, classes, categories. Paradigmatic relations connect language units within the grouping from which the language unit is selected for its use in speech [7, p. 458].

During the study it was found that lexical innovations can enter into the following paradigmatic relations:

- 1) synonyms among lexical innovations;
- 2) synonyms among commonly used vocabulary
- 3) antonyms among lexical innovations;
- 4) antonyms among commonly used vocabulary;
- 5) homonyms among the commonly used vocabulary.

The main problem facing the researcher in the study of lexical innovations is the complexity of their fixation in dictionaries. If a word is entered into the dictionary, it acquires the category of commonly used. Because of this, lexical innovations appear in the language that are close or identical in meaning, but different in form, i.e. synonyms:

Chief Happiness Officer – a person whose responsibility is to ensure a good working atmosphere and friendly working conditions for the company's employees; **Vibemanager** – someone who is responsible for the positive atmosphere in the workplace; **Fun-sultant** – an advisor who helps the company on how to make the workplace a more joyful place to work.

Megamoon – a honeymoon in which relatives and friends of the bride and groom are involved; **Bud-dymoon** – a honeymoon of the bride and groom to which their friends are invited.

Hepeating – a situation when a man repeats a woman's good idea and passes it off as his own; **Bro-propriation** – a situation when a man uses a woman's idea and passes it off as his own.

Human development affects all aspects of life, including language. Media texts are aimed at a large audience and should be understandable for the recipient. The use of lexical innovation instead of a commonly used word emphasizes the young reader and emphasizes the novelty and relevance of the news. For example:

Bookdoula – a person whose job is to help an aspiring author publish his/her book, give advice and support throughout the process (lexical innovation); **Literary agent** – a professional agent whose job is to help an author publish a book and distribute it (common word).

Thrasis – a feeling of sadness, anxiety and frustration that can occur in people in their thirties, which

can sometimes lead to important life changes (lexical innovation); **Mid-life crisis** – a period of doubt and anxiety experienced by a middle-aged person when they wonder if the way they are living is the right way to live (common word).

Coffin cubicle – a very small place for one person to live, built from a former apartment divided into blocks (lexical innovation); **Bedsit** – a room rented by a person and used as both bedroom and living room (common word).

Doorbuster – a product sold very cheaply in order to lure customers into a store and make them buy more expensive goods (lexical innovation); **Special offer** – a product, service or program sold at a reduced price (common word).

Finsta – a second private page in a social network to which a limited number of people can subscribe (lexical innovation); **Private account** – a page in a social network created by a person with a large number of subscribers, allowing only close friends to subscribe to it (common word).

Antonyms among lexical innovations are very rare. It takes a certain amount of time for another new phenomenon with a completely different meaning to appear in contrast to one new phenomenon. Time constraints make it impossible for a lexical innovation to stay in its place. At the moment when a phenomenon acquires an antonym, it either becomes commonly used or ceases to exist. Despite this, the following example of an antonym among lexical innovations can be given:

Adulding – a man who does things associated with the work of an adult; **Manfant** – a grown man behaving like a small child.

Antonyms among commonly used words are used to compare concepts of opposite meanings.

Ambient tea – tea at room temperature served with food (lexical innovation); **Ice tea** – iced tea (common word).

Finsta – a second private page in a social network, to which a limited number of people can subscribe (lexical innovation); **Public account** – a public page in a social network, available to all users (common word).

No homonyms were found among lexical innovations during the analysis. This can be explained by the fact that lexical innovations have a new, previously unknown definition and form of the word, to which it is difficult to find another meaning.

Sometimes people do not have enough words to express their opinion, so they use already known words to denote new phenomena. A word can acquire a new connotation due to the similarity of definitions.

Homonyms among commonly used words:

Clean meat – meat produced in the laboratory from autoreproductive cells (lexical innovation); **Clean meat** – clean meat, which, depending on the context, can mean either meat washed from dirt or meat without any chemical additives (common word combination).

Dark kitchen – a place where food is prepared for courier delivery (lexical innovation); **Dark kitchen** – depending on the context can be used both in the sense of a kitchen with the lights off and a kitchen decorated in dark colors (common word combination).

Equel – a book that contains elements of the previous book, such as characters and places, but tells a completely different story, unrelated to the previous book (lexical innovation); **Equel** – something that shows similarity, resemblance to something (common word).

Q – a viscous consistency inherent in Taiwanese dishes (lexical innovation); **Q** – the seventeenth letter of the Latin alphabet and **Queue** (same pronunciation) – gathering of people that stand one by one with common specific aim. (common word).

Red geyser – a galaxy in which there is a large number of black holes and therefore new stars cannot appear there (lexical innovation); **Red geyser** – a geyser of red color (common word combination).

Slow adventure – a type of active recreation that allows you to enjoy the beauty of nature and the environment and does not require too much physical activity (lexical innovation); **Slow adventure** – an adventure in which nothing interesting and extreme happens, so it seems to a person that time passes very slowly (common word combination).

Zebra – a new company aimed at both improving society and financial profit (lexical innovation); **Zebra** – a wild African horse that has striped black and white skin (common word)

Glass wall – a barrier that arises in the work environment when a person is accepted into the team, especially affecting women and minority groups (lexical innovation); **Glass wall** – a wall made of glass that divides the room into parts (common word combination).

The development of the COVID-19 disease at the beginning of the XXI century has become a challenge to all mankind. New facts and phenomena related to its impact on people and society could not but be reflected in speech usage. Mass media are the first that actively implement such changes.

Super cold – state of being very cold (common word combination); **Supercold** – a cold which symptoms are similar to and serious as Covid-19 but not

Coronavirus (lexical innovation). The meanings are quite similar but the main difference is that lexical innovation Super cold is used to explain that you are not Covid-19 positive but simply you caught serious cold.

Super skinny – very tight jeans (common word combination); **Superskinny** – skyscraper that is very thin (lexical innovation).

Dark store – a large store that works to process online orders and is not open to ordinary customers; **Dark store** – a store that has little light, so it is poorly lit, not bright.

When analyzing lexical innovations in the English media discourse of the XXI century, one can notice the relationship between the lexical system as a whole and its subsystems. Each subsystem has a more detailed division. And the deeper we trace this division, the more obvious are the signs of systematic organization of certain words.

The greatest number of examples of paradigmatic relations of lexical innovation among English media texts are homonyms among commonly used words and phrases.

The paradigmatic relations of lexical innovations are based on the formal or semantic similarity of words, i.e., the relations of synonymy, antonymy and homonymy.

Analyzing the paradigmatic relations of lexical innovations on the basis of commonality and difference, it is necessary to pay attention to the most striking example of opposition. There is nothing more opposite than the opposition of «male» and «female», that is, the issue of gender.

The gender issue is considered not only in the biological, political, and socio-cultural sense, but also in the linguistic one. Reflection of gender in language is an urgent problem of modern linguistics.

The English language of the twentieth century was characterized by gender neutrality. Describing people and giving names to professions, people tried to avoid gender references. Thus, in a certain period, the names of some professions began to be replaced by gender-neutral or collective names. Thus, such lexical innovations were formed as: policeofficer instead of policeman for a male officer and policewoman for a woman, firefighter instead of gendered fireman.

The modern linguistic picture of the world is quite different. A characteristic feature of the last years of the XXI century is the problem of gender equality and separation. Women talk about harassment at work, draw attention to financial inequality and demand equal treatment for both men and women. These problems are expressed not only in social

and political–economic spheres of life, but also in language.

An important element of the construction of gender differences is the opposition of «male» and «female» and the subordination of the feminine to the masculine.

Linguistic genderology correlates language with personality on the basis of «biological sex».

Gender features of the linguistic picture of the world are the essential manifestations of cognition of the world through the prism of its male and female vision, integrating universal and nationally specific features, reflecting the specific features of the cognitive and communicative activities of men and women, as well as the influence of gender on the linguistic behavior of its carrier [5, p. 246].

A significant number of lexical innovations contain a gender component – gender coloring, which without context allows the recipient to understand that the word belongs to the female or male gender.

Gendered lexical innovations are words that contain a gender component in their semantic structure. [5, p. 31].

There are also gender–neutral lexical innovations – words that do not clearly indicate the object's belonging to the masculine or feminine gender. For example:

Clean inboxer – person who check their emails immediately when they receive them in order to keep their inbox clean and sorted.

Flu hunter – male or female scientist whose job is to look for new strains of flu in order to develop an effective vaccine.

Both inboxer and hunter indicts a person as a doer of an action. It is gender neutral so it only gives an idea of the person-related phenomena.

Dial artist – a person who receives money to make unique one-of-a-kind design on a watch.

Chief heat officer – a person whose job description is to deal with the rising temperature in a city that appears because of climate change.

New collar worker – a person who completes difficult well-paid job without a university degree.

Luxury detective – shopper whose job is to find unique and expensive pieces of clothes and accessory for others to buy.

Graternity leave – a paid time off work that a grandparent can get in order to look after their newborn grandchild. The phrase does not indicate male and female grand parent identity so it can be used for any gender related representative.

Tendency to use gender neutral suffixes and words to describe a profession or some kind of activity

performed by people is still present nowadays. One of the reasons is generalization of the concept that lexical innovation denotes.

It should be noted that all the considered gender–neutral lexical innovations mean the professional sphere of an individual, without dividing it into feminine and masculine spheres. The universal nature of the images underlying gender–neutral lexical innovations is emphasized by the evaluative component.

In the course of gender studies in the semantics of English lexical innovations, special attention should be paid to the process of formation of social roles of men and women in society, as well as to changes in the socio-cultural, economic and political spheres of society, which are reflected in the existence of gender stereotypes.

It should be noted that lexical innovations with a gender–neutral component prevail among new words. In our opinion, this reflects a distinctive feature of the modern society of the 21st century, in which discrimination against women in the language has been partially overcome. Now, when creating new words, recommendations that contribute to the correct linguistic expression are taken into account. Gendered lexical innovations are complex structures with difficult word-building patterns. Most gendered lexical innovations contain a gender component both in the semantic structure and in the definition itself:

Manel – a group of specialists consisting only of men.

Manosphere – a network of websites, blogs and online forums dealing with men's issues, usually with an anti–feminist perspective.

Ladydata – the result of an investigation into how any proposed government change affects women.

Womenomics – government action aimed at providing more jobs for women, especially better paid ones.

Daddymoon – a vacation taken by an expectant father, when he can relax with friends for the last time before the birth of a child (in this case, the gender component “dad” (informal version of the word “father”), reinforces gender marking and in combination with the truncation of the word “honeymoon” indicates family ties).

Bropropriation – a situation when a man uses a woman's idea and passes it off as his own (the gender component “bro” (used in colloquial speech as an address between men and often used by speakers among themselves in a circle of people united by common interests, reinforces gender inequality).

Some gendered lexical innovations in media discourse can be self–explanatory. The presence of a

gender component in the semantic structure indicates belonging to «male» or «female», and the second part explains the lexical innovation itself:

MAMIL – an abbreviation of «middle-agedmaninlycra»; a middle-aged man who is into cycling, especially who rides expensive bikes and spends a lot of money on clothes and accessories.

Instagirl – a woman who has a large number of followers on a social network for sharing photos.

Coastal grandmother – a style of clothes for women who are inspired by the simple, elegant style of wealthy older women who live in the coastal parts of the United States.

In the modern world there are more and more examples when women, not men, succeed in the professional sphere, which is reflected in the language:

In certain cases, the gender component in the semantic structure is very difficult to detect. This is due to the fact that it is truncated to only one letter «F» – which is a truncation of «feminine», i.e., «female» – which refers to and characterizes the female sex:

F rating – a type of award for a film whose author or producer is a woman, or whose character is an influential woman.

Femoir – a book or work based on the author's personal experience of women from a feminist perspective.

The gender component in the semantic structure may also contain a pronoun:

Hepeating – a situation when a man repeats a good idea of a woman and passes it off as his own. “he” and “repeating” In other words – he repeats the information – can be understood from the innovation itself. The meaning of woman's idea is added and can not be understood if you don't know the meaning of hepeating itself.

Shero – “she” and “hero” – a female hero who supports the feminist movement.

Published in 2017, Professor Tom Schuller's book *The Paula Principle: How And Why Women Work Below Their Level Of Competence* [16] has gained considerable resonance. In the book, the author argues that many highly skilled women find their skills underutilized at work, and that this loss of resources is detrimental to businesses and employers themselves. While *The Peter Principle*, an American bestseller from the 1960s by Lawrence Peter, argued that most male employees will inevitably move up the career ladder outside of their area of expertise. Mr. Schuller shows how today women are experiencing the opposite scenario; women are taking positions below their true potential – and this trend is becoming

more pronounced as women achieve higher and higher levels of education without achieving a corresponding increase in their professional status. In his next book, the author is going to explain how to deal with this problem, but for now, the lexical innovation created by the book's title is widely used in the English-language media:

The Paula principle – the theory that most women work under conditions that do not allow them to reach their full potential.

The attitude of society towards men and women is reflected in the language, which reflects the peculiarities of the value picture of the world of the linguistic society.

Gendered lexical innovations indicate the stereotypical distribution of male and female roles in the family and career, and their semantics reflects changes in socio-cultural terms.

Any change in the lexical composition of the language affects systemic relations. A new lexical innovation appears, a commonly used word acquires a new meaning – this disrupts the systemicity of the language and makes it adapt to changes. One of the relations on which the lexical-semantic system is based is paradigmatic.

Lexical innovations serve as a reflection of current events, phenomena and trends that appear in human life.

A characteristic feature of the last years of the XXI century is the problem of gender equality and separation. Reflection of gender in language is an urgent problem of modern linguistics.

An important element of the construction of gender differences is the opposition of «male» and «female» and the subordination of the feminine to the masculine.

A significant number of lexical innovations contain a gender component – gender coloring, which without context allows the recipient to understand that the word belongs to the female or male gender.

Gendered lexical innovations are words that contain a gender component in their semantic structure.

Most of the analyzed gendered lexical innovations in the English-language media discourse contain a gender component both in the semantic structure and in the actual definition.

The attitude of society towards men and women is reflected in the language, which reflects the peculiarities of the value picture of the world of the linguistic society.

Gendered lexical innovations indicate the stereotypical distribution of male and female roles in the family and career, and their semantics reflects changes in socio-cultural terms.

Conclusions from the study and prospects in its direction. It was found that 20% of the analyzed lexical innovations can enter into paradigmatic relations both with commonly used words and phrases and with lexical innovations based on synonymy, antonymy and homonymy.

Among the analyzed lexical innovations of the English–language media discourse, it was

found that 15% of all lexical innovations contain a gender component – gender coloring, which without context allows the recipient to understand that the word belongs to the female or male gender.

The prospect of the study is to further consider the specifics of lexical innovations in media English discourse in the aspect of translation.

Bibliography:

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка. Москва. 1999. 129 с.
2. Биховець Н. М. Запозичення серед англійських неологізмів. Київ. 1988. 57–63 с.
3. Ведь Т.М., Лютвієва Я.П., Полежаєва О.В., Особливості лексичних інновацій ділової сфери у медійному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії. Випуск 21. Том 1. 117–124 ст.* http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/21/part_1/21.pdf
4. Довбня, Л., & Товкайло, Т. (2022). Неологізми та їх відтворення в інтернетних засобах масової комунікації. *«Society. Document. Communication»*. «Соціум. Документ. Комунікація», (14), 209–232. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-209-232>
5. Драб Н. Л. Гендерні особливості сучасних лексичних інновацій економічної сфери в англійській мові. 2016. URL: ir.kneu.edu.ua/handle/2010/18035
6. Жайворонок В. В. Слово в етнологічному контексті. *Мовознавство: науково–теоретичний журнал*. Київ. 1996. № 1. С. 12–13.
7. Каращук П.М. Словообразование английского языка. Москва. 1977. 303 с.
8. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. Ленинград. 1979. 184 с.
9. Ткач П.Б., Ведь Т.М. Лексичні інновації в сучасному англомовному воєнно–політичному дискурсі та фактори, які впливають на їх створення // *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2018. № 10. С. 23–30.
10. About words. A blog from Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>
11. Hargraves Orin. *New Words*. Oxford. 2004. 320 p.
12. Harley H. *English words: A Linguistic Introduction*. Oxford. 2006. 290 p.
13. Hilpert Martin. *Constructional Change in English: Developments in Allomorphy, Wordformation, and Syntax*. Cambridge. 2013. 233 p.
14. Merriam-Webster dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com/>
15. Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com>
16. Schuller T. *The Paula Principle: how and why women work below their level of competence*. London. 2017. 256 p.
17. Urban dictionary. URL: <http://urbandictionary.com>
18. Word Spy. *The Word Lover’s Guide to New Words*. URL: <http://wordspy.com>

Ведь Т. М., Лютвієва Я. П. ГЕНДЕРНО-ПАРАДИГМАТИЧНА СПЕЦИФІКА ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена вивченню гендерно–парадигматичної специфіки лексичних інновацій в англомовному медійному дискурсі. У процесі аналізу було виявлено, що лексичні інновації можуть вступати в парадигматичні відношення як з загальноживаними словами та словосполученнями так і власне з лексичними інноваціями. Серед лексичних інновацій, що можуть вступати в парадигматичні відношення, виявлено наступні категорії: синоніми серед лексичних інновацій; синоніми серед загальноживаної лексики; антоніми серед лексичних інновацій; антоніми серед загальноживаної лексики та омоніми серед загальноживаної лексики. Омонімів серед лексичних інновацій у процесі аналізу не виявлено. Найбільше кількість прикладів парадигматичних відношень лексичних інновацій серед англомовних медійних текстів складають омоніми серед загальноживаних слів та словосполучень. Виявлено, що в основі парадигматичних відношень лексичних інновацій лежить формальна або семантична подібність слів, тобто, відношення синонімії, антонімії та омонімії. Важливим елементом конструювання гендерних відмінностей виявилось протиставлення «чоловічого» та «жіночого» і підпорядкування жіночого начала чоловічому. Більшість проаналізованих гендерно забарвлених лексичних інновацій англомовного медіа–дискурсу містять гендерний компонент як

у семантичній структурі так і у власне дефініції. Відповідно до проведеного дослідження, Гендерно забарвлені лексичні інновації вказують на стереотипний розподіл чоловічих та жіночих ролей в сім'ї та кар'єрі, а їх семантика відображає зміни в соціально-культурному плані. Матеріалом досліджень стали електронні джерела та добірки з прикладів медіа текстів з інтернет ресурсу *About words. A blog from Cambridge Dictionary*. Перспектива дослідження полягає у подальшому розгляді специфіки лексичних інновацій в медійному англомовному дискурсі в аспекті перекладу.

Ключові слова: лексична інновація, нова лексика, неологізм, англомовна лексикологія, гендер, парадигматичні відносини, медіадискурс.

УДК 811.111'374:165.0(043.5)
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/21>

Вім Ю. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Вім Н. П.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

АНГЛОМОВНІ МЕТАФОРИЧНІ ТЕРМІНИ В ГЕМАТОЛОГІЇ

У руслі когнітивного підходу проаналізовано структурно-семантичні особливості метафоричних похідних у складі гематологічної термінології. Виявлено моделі термінотворення. Формально-структурний аналіз метафоричних найменувань в гематологічній термінології показує, що кількісно домінує субстантивна метафора, при цьому в розряді субстантивних метафор виділяються монолексемні і полілексемні одиниці. Значну частину вибірки метафоричних термінів становлять полілексемні субстантивні метафори, що утворені поєднанням двох або більше повнозначних одиниць. Продуктивність даного способу обумовлена особливостями морфології англійської мови.

Спираючись на теорію М. Блека, який визначав метафоризуюче як фрейм, тобто те, що відомо і є базою порівняння, а метафоризоване як фокус, тобто те, заради чого відбувається акт порівняння, проаналізовано джерела метафоризації. Було встановлено, що в гематологічних метафоричних термінах фрейм базується на подібності асоціацій, подібності зовнішнього вигляду, форми, кольору, дії, або комбінації вищевказаних рис. Асоціація викликається за рахунок використання мифонімів, тобто імен літературних або міфологічних персонажів, які мали характерні риси зовнішності, характеру або долі.

Встановлено, що специфіка використання метафоричних моделей переносу відображає систему пріоритетів різних народів, особливості середовища їх проживання і культури і є відбитком дослідницького досвіду людини.

Специфічні риси медичних термінів-метафор, метафоричної картини світу медицини обумовлені, головним чином, екстралінгвістичними факторами: об'єктом вивчення, можливістю безпосереднього чуттєвого сприйняття об'єкта, історією формування галузі медичного знання.

Ключові слова: англomовна гематологічна терміносистема, термін, когнітивна метафора, модель термінотворення, джерело метафоризації.

Постановка проблеми. Розвиток термінологічної системи медицини на сучасному етапі її існування є відображенням прискорюваного прогресу та спеціалізації медичної науки, що викликає потребу в нових термінах. Одним з найбільш ефективних механізмів створення термінологічних одиниць, необхідних для мовної фіксації нових реалій, процесів та понять, а також перекладу раніше прийнятих термінів в даній галузі знань, була та залишається метафорична номінація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існують численні дослідження способів творення термінологічних одиниць у галузі медицини [3, 4, 5, 9], але донині у вітчизняному мовознавстві не було приділено уваги вивченню англomовної гематологічної термінології, встановленню механізмів утворення метафоричних термінів, та аналізу цих термінів. Саме цей факт і визначає **актуальність**

нашого дослідження. **Мета** його полягає у дослідженні англomовних метафоричних термінів галузі гематології, а **завданнями** стають визначення понять «метафора», «метафоричний термін», встановлення способів творення та джерел метафоризації гематологічних термінів.

Виклад основного матеріалу. В даній час метафора продовжує стимулювати науковий інтерес і залишається проблемою розгляду багатьох дисциплін. Метафора (від грец. *metaphorá* – *перенесення*) – семантичний процес, при якому форма мовної одиниці або оформлення мовної категорії переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі певної подібності між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця ... і ширше – метафора це імпліцитна аналогія уявного з наявним, менш відомого з відомішим і т.п. [11, с. 307]. У загальному, не суто науковому смислі, термін «метафора» вживається

до будь-яких видів застосування слів у непрямому значенні. Асоціюючи об'єкти різних категорій, метафора виявляється семантично подвійною. Ця двуплановість не дозволяє розглядати її ізольовано від визначуваного. В утворенні і аналізі метафори беруть участь чотири компоненти: основний і допоміжний суб'єкти метафори і співвідносні властивості кожного об'єкта або класу об'єктів [1, с. 296]. Дослідження природи і функцій метафори не обмежуються матеріалом художніх текстів; також вивчаються метафоричні тенденції в мові науки, теорії аргументації, когнітології. З'ясувалося, що метафора відіграє велику роль в категоризації концептів, показуючи як нове пізнається людиною через відоме. У Словнику основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики наводиться таке визначення метафори: «Когнітивна метафора – спосіб концептуалізації дійсності шляхом тлумачення сутностей певної сфери людського досвіду в термінах сутностей іншої сфери досвіду» [7, с. 75].

Багато сучасних досліджень проводиться в аспекті підтвердження припущень про те, що процес термінологізації за своєю природою є метафоричним. Аналогія, що лежить в основі метафори, становить суть будь-якого пояснення, у чому власне і полягає дефінітивна суть терміна. Адже зуміти зіставити – отже наполовину зрозуміти [2, с. 35]. Вивчення механізмів перетворення чуттєвих і розумових категорій у мовні структури, роль і значення образів-символів у процесі отримання, передачі та переробки інформації, виявлення законів варіювання та поєднання лексичного матеріалу в залежності від характеру інформації та від умов спілкування є важливою частиною розуміння законів мислення, що лежать в основі пізнавальної діяльності індивіда [9, с. 230]. Принципове значення в контексті метафоричного термінопородження має облік когнітивно-інформаційного аспекту термінологічної номінації, спрямованої на формування термінів, що виступають як носії інформації про спеціальні знання і є його мовним виразом. Когнітивний контекст метафоричних структур є нашим універсальним знанням світу, яке і служить фоном для метафоризації. В основі метафори лежать запозичення та взаємодія ідей та зміна контексту. Отже, для створення та декодування метафори необхідно зв'язати дві думки, звернувшись до знання буквального значення «донора» та вироблення всіх характеристик, що йому властиві. В основі механізму метафоризації лежить перенесення імені та підстава перенесення (за подібністю). Оскільки

у мові ознаки концептів функціонують як компоненти значення, часто говорять про перенос імені, а перенесення значення, тобто переносне значення, при цьому наше знання про навколишній світ є тією основою, на якій відбувається процес метафоризації.

З пізнавальної точки зору метафора є одним із способів репрезентації знання і відноситься не до окремих ізольованих об'єктів, а до складних розумових просторів, доменів. В процесі пізнання ці складні безпосередньо неспостережувані розумові простори співвідносяться через метафору з більш простими просторами, що конкретно спостерігаються. В теорії когнітивної метафори семантична процедура перенесення виражається формулою X подібно Y , тому що Z . Відносно нашого дослідження ця формула може трактуватися наступним чином: метафорично утворений термін називає «новий» медичний феномен, що пізнається, (X), ім'ям немедичного добре відомого феномена (Y), тому що мовець вважає, що X схожий на Y , тому що у обох є якась спільна риса, ознака (Z). Відоме висловлювання Дж.Лакоффа і М.Джонсона про те, що метафора пронизує все наше повсякденне життя і лежить в основі мислення [15, с. 23]. У своїх роботах Дж.Лакофф і М.Джонсон, М.Тернер і Ж.Фоконье не тільки застосовують когнітивні моделі до вивчення метафори і східних тропів як явищ мови, а й утверджують пріоритетність їх вивчення як основу пізнання ментальної діяльності людського мозоку в цілому.

Метафоричний спосіб найменування в спеціальній лексиці здійснюється, в першу чергу, щодо предметів, а також щодо предметно орієнтованих дій, якостей і характеристик, тому в метафоризації бере участь як субстантивна, так і ад'єктивна лексика. Тип метафори багато в чому залежить від приналежності слова до тої чи іншої частини мови, як зазначає В. Н. Телія, «найбільш яскраві образи супроводжують іменники, оскільки вони дають найбільш зрима значення» [11, с. 78]. Вищесказане справедливо по відношенню до англомовної гематологічної лексики.

Матеріалом нашого дослідження стали 70 англомовних метафоричних термінів галузі гематології, що були виділені зі словника базових гематологічних термінів, розташованому на сайті Американського товариства гематологів (American Society of Hematology) [13].

Формально-структурний аналіз метафоричних найменувань в гематологічній термінології показує, що кількісно домінує субстантивна метафора

(56.3%), при цьому в розряді субстантивних метафор виділяються монолексемні і полілексемні одиниці (76% і 23.9% відповідно).

Монолексемні в свою чергу поділяються на:

- **прості** (18.3% від загальної кількості монолексемних термінів), що були запозичені з загальноживаної лексики і зазнали термінологізації, наприклад: *anemia* – анемія (від Gr. *Aneimon* – без одягу); *blood*- кров (від Old English *bloma* – квітка), *clot* – згусток крові (від Old English *clott* – куля, шматок);

- **похідні** (12.6%), наприклад:

lymphoma (від Gr. *lympa* – чиста, прозора вода + *-oma*);

coagulation (від Gr. *coagulare* – викликати згортання + *-tion*);

- **складові** (25.3%), утворені складанням двох основ, наприклад:

Acanthocyte – акантоцит; шипоподібна клітина (від Gr. *Akantha* – шип + mod. L – *cyte* – клітина);

Erythroblast – еритробласт; незріла клітина, з якої згодом формується еритроцит (від Gr. *Erythros* – червоний + *blastos*- паросток).

Значну частину вибірки метафоричних термінів становлять полілексемні субстантивні метафори, що утворені поєднанням двох або більше повнозначних одиниць. Продуктивність даного способу обумовлена особливостями морфології англійської мови.

В ході аналізу полілексемних субстантивних метафор було виявлено кілька моделей їх утворення.

Двокомпонентні субстантивні метафори мають в основному структуру **N – N**, в якій роль семантичного деривата завжди виконує перший компонент, наприклад:

Berry / grape cell – гроноподібна клітина;

Sickle cell – серповидна клітина

При цьому другий компонент полілексемного метафоричного терміну також може етимологічно базуватися на метафоричному перенесенні, який, однак, до сьогодення дня в значній мірі ослаблений або втрачений зовсім. Наприклад:

Lymph node – лімфатичний вузол (від Lat. *Lympha* – «чиста вода; богиня води»). *Node*, в свою чергу, є також метафорично мотивованою номінацією (від Lat. *Nodus* – вузол).

Blood flow – кровотік (від Old English *flow* – текти).

Двокомпонентні субстантивні метафори утворюються також за моделлю **Adj. – N**, в якій роль метафоричного базису виконує іменник, наприклад:

Pulmonary embolism – легенева емболія (від Gr. *En* – «в» + *Ballein*- «кидати»);

Трикомпонентні полілексемні терміноодиниці будуються за такою моделлю: **Adj. – N1 – N2**, при цьому перші два компоненти **Adj. – N1** виявляються в функції складного атрибута до третього компоненту **N2**. Тому більш точним записом моделі буде: **(Adj. – N1) – N2**. наприклад:

Sickle cell anemia – серповидноклітинна анемія;

natural killer cells – природні кілерні клітини (синонім – природні кілери) – лімфоцити крові людини, що знищують чужорідні організму (пухлинні, ті, що інфіковані вірусами і т.д.) клітини.

Чотирьохкомпонентна модель **Adj. – N-N-N** представлена одним терміном:

Peripheral blood stem cell – периферійна кров'яна стовбурова клітина

Ад'єктивна метафора в англійській гематологічній лексиці представлена меншою кількістю одиниць – 23,9%. У цих полілексемних термінах метафорично переосмисленим є атрибутивний компонент, виражений прикметником або ад'єктивованим дієприкметником, наприклад:

- **Adj. – N**

Acute leucosis – гострий лейкоз;

Lazy leucocytes – ледачі лейкоцити (з дефектом фагоцитарної функції);

- **Adj. – Compound N**

Giant neutrophil – гігантський нейтрофіл;

- **Part.II – N**

Filamented neutrophil – нитчастий нейтрофіл;

Committed cell – коммітована клітина.

Трикомпонентні ад'єктивні метафори зустрічаються рідше і представлені структурою:

- **(N-Adj.) – N – N**

sea-blue histiocyte syndrome – рідкісний розлад, що характеризується присутністю морфологічно чітких гранульованих гістіоцитів кольору морської хвилі;

- **Adj.-Adj.- Compound N**

Hostile haemopoietic microenvironment – вороже кровотворенню мікрооточення (клітини).

Чотирьохкомпонентні ад'єктивні метафори зустрічаються рідко і представлені структурою:

- **N-N-N-N**

Cord blood stem cell – кордова стовбурова клітина (від Gr. *Chorda*- струна).

Результати дослідження представлені в наступній таблиці 1.

В ході проведеного дослідження англійської гематологічної термінології було встановлено, що найбільш поширеними є метафоричні похідні,

Формально-структурні особливості метафоричних гематологічних термінів

Тип метафори	Субстантивна			Ад'єктивована	
	Монолексемна			полілексемна	Полілексемна
	Проста	Афіксальна	Композитна		
синтаксична модель				N – N Adj. – N (Adj. – N1) – N2	Adj. – N Adj.-Compound N Part. II – N (N-Adj.)-N-N Adj.-N-N Adj.-Adj.-Compound N N-N-N-N Adj.-N-N-N
Кількість термінів	13 (18.3%)	9 (12.6%)	18 (25.3%)	14 (19.7%)	17 (23.9%)
Всього:	54 (76%)				17 (23.9%)

сформовані в результаті перенесення значення на основі емоційних (асоціативних) уявлень людини про навколишній світ (39%). На другому місці метафоричні номінації, що базуються на зовнішній подібності (19 %). Далі в порядку убутання йдуть метафоричні похідні, що базуються на акціональних уявленнях (12.8%), подібності форми (11.4%), кольору (9.5%), розміру (2.4%), та комбінованих ознаках (5.7%).

Як показало дослідження, образність більшості базових англійських гематологічних термінів прихована за їх греко-латинським походженням (57 термінів, або 81.4 % від загальної кількості термінів).

Розвиток гематології як галузі медицини став можливим після виникнення мікроскопії, коли вчені і дослідники набули можливості більш детально вивчати та описувати гематологічні структури. Мабуть цим пояснюється високий відсоток метафоричних термінів, що базуються не на чуттєвому (зоровому) досвіді, а на емоційному (асоціативному) сприйнятті.

Аналізуючи механізм метафоризації, що лежить в основі створення гематологічних термінів, ми спиралися на теорію М. Блека, який визначав метафоризуюче як фрейм, тобто. те, що відомо і є базою порівняння, а метафоризоване як фокус, тобто. те, заради чого відбувається акт порівняння. Було встановлено, що в гематологічних метафоричних термінах фрейм базується на:

1. Подібності асоціації

Blood cancer – рак крові (від Lat. *cancer* – рак);

Allogeneic – алогенний, чужорідний (from Gr. *allogenes* «чужинець», (*allos* «інший» + *-genes* «народжений» + *-ic.*);

Hemocytoblast – гемоцитобласти, гемопое-тична стовбурова клітина, яка є раннім попере-

дником всіх типів клітин крові (від *hemocyte* + Gr. *blastos*- паросток);

Cascade – теорія, що пояснює згортання крові послідовною активацією факторів згортання, починаючи з фактора, який активується при зіткненні з чужорідною поверхнею (від French *cascade* ->«водоспад»).

Зорове сприйняття навколишнього світу є основним джерелом для мовної творчості, тому велика кількість метафор заснована на візуальних характеристиках. В якості модуля порівняння виступають такі фізичні характеристики об'єктів, як зовнішній вигляд, форма, колір, розмір.

2. Зовнішній вигляд. Суб'єкт термінотворчої діяльності уподібнює новий для нього, пізнаваний гематологічний феномен якому-небудь добре відомому, чисто побутовому, феномену. Основою асоціативної аналогії служить зовнішній вигляд обох об'єктів. Наприклад, схожість з людським волоссям лягла в основу терміна *capillaries* – капіляри (від Lat. *capillaris* – волосок), а асоціації з пилом простежуються в терміні *hemoconia* – гемоконії; кров'яні порошинки (від Gr. *haima* – кров- + *konia* – пил).

3. Дія. *Agglutination* – аглютинації; склеювання і випадання в осад з однорідної суспензії бактерій, еритроцитів і інших клітин, які мають антигени під впливом специфічних антитіл – аглютиніни (від Lat. *agglutinare* – скліювати);

Blood flow – кровотік;

Coagulation – коагуляція, згортання крові (від Lat. *coagulationem* – згортатися). Слово *coagulation* (*coagulatio*, *-onis* – лат. згортання, згущення) в англійській мові з'явилося в XV столітті і означало «згортання молока». Вперше дослідження природи коагуляції провів Вільям Хьюсон в 1771 р.

4. Форма. Асоціативна ознака в метафорично мотивованих термінах може характеризувати не зовнішній вигляд об'єкта в цілому, а виключно один параметр зовнішнього вигляду – його форму. Наприклад: *hemoglobin* – гемоглобін – (від Lat. *Haema-* + *globule* – куля), *granulocyte* – гранулоцит (від Lat. *Granulae* – зернятко).

5. Кольор. Кольорові характеристики номінованих гематологічних феноменів вербалізуються через відсилання до знайомих в повсякденному побуті об'єктів відповідного кольору. Наприклад:

Berry cell – гронаподібна клітина (клітина плазми, в цитоплазмі якої знаходяться численні яскраво-блакитні везикули);

Eosinophil – пофарбована еозином (барвник рожевого кольору) гематологічна структура (клітина) (від Gr. *eos* – світанок). Таким чином використовується не пряме позначення кольору (фіолетовий, рожевий), а релятивне (кольору ягоди, кольору світанку), як більш точне, наочне, експресивне.

У ряді випадків метафоричний перенос заснований на схожості кількох ознак: **кольору і форми**, наприклад:

lymphocyte – (від Lat. *lympa* – «прозора вода» + *cyte* «кошик»);

форми і розміру, наприклад:

platelet- тромбоцит (від Lat. *plata* «тонка, плоска пластинка метала; тарілка» + *-let* (вживається для утворення нових іменників від уже наявних; надає слову зменшувальне значення).

Образність багатьох асоціативних термінів прихована за їх греко-латинським походженням. Так, наприклад, термінокомпонент *-cyte*, що входить до складу багатьох термінів та позначає «клітка», походить від латинізованого грецького слова *kytos* – «вмістилище, корзина»; термінокомпонент *-phil* походить від Gr. *Philein* – «любити», позначаючи в гематологічних термінах сприятливе середовище проживання різних структур.

Іноді в медичних метафоричних термінах асоціація викликається за рахунок використання мифонімів, тобто імені літературного або міфологічного персонажа, який мав характерні риси зовнішності, характеру або долі [12, с. 422]. У гематологічній термінології були виявлені наступні приклади термінів, що базуються на мифонімах:

lymph – лімфа (по імені грецької богині води Німфи);

chimeric antigen receptor – химерний антигенний рецептор (по імені давньо-грецької міфологічної вогнедишної істоти з головою лева, тілом козла і хвостом змії);

giant cell – гігантська клітина (гіганти в давньо-грецької міфології – велетні).

В ході нашого дослідження було виявлено один приклад метонімічного гематологічного терміну:

thalassemia – успадковане порушення крові, що призводить до зниження продуктивності гемоглобіну та еритроцитів; вперш з даним захворюванням були зафіксовані пацієнти, що мешкають у країнах Середземномор'я (from Gr. *thalasso-* «sea» + *haima* «blood»).

Висновки і пропозиції. Таким чином, метафоризація є продуктивним способом термінотворення в англійській гематологічній термінології. Специфіка використання метафоричних моделей переносу відображає систему пріоритетів різних народів, особливості середовища їх проживання і культури і є відбитком дослідницького досвіду людини.

Специфічні риси медичних термінів-метафор, метафоричної картини світу медицини обумовлені головним чином екстралінгвістичними факторами: об'єктом вивчення, можливістю безпосереднього чуттєвого сприйняття об'єкта, історією формування галузі медичного знання.

Список літератури:

1. Арутюнова Н.Д. Метафора // БЭС. Языкознание Ред. В.М. Ярцева. М., 1990. С. 296–297.
2. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. М., 1996. 416 с.
3. Віт Ю.В. Англійська офтальмологічна термінологія: лінгво-когнітивний аспект. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. Одеса, 2006. 201 с.
4. Германович Г.О. Медичні терміни із соматичними компонентами в сучасній українській мові Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук за спеціальністю 10.02.01 – українська мова. Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2021.
5. Девятко Ю.С. Типологія стоматологічної термінології в українській і англійській мовах та її лексикографічне відтворення. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук 10.02.21. Київ, 2021.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина / Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М. : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. 248 с.

7. Мартинюк О.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П.Мартинюк. Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2011. 196 с.
8. Місник Формування української клінічної термінології. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.01 – українська мова. Київ, 2002.
9. Норенко Е.В. Метафора в процессе познания // Актуальні дослідження іноземних мов та літератур: Матеріали міжвузівської наукової конференції молодих вчених (13–14 лютого 2003 р.). Донецьк : ДонНУ, 2003. 334 с.
10. Сизонов Д.Ю. Лінгвопрагматичний потенціал української медичної термінології у ЗМІ: автореф. дисертації ...канд. філол.наук:10.02.01. – українська мова. К., 2018.
11. Тараненко О.О. Метафора //Українська мова: Енциклопедія. К., 2000. 752 с.
12. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. : Наука, 1986. 143 с.
13. Чернявский М.П. Некоторые проблемы упорядочения современной медицинской терминологии // Энциклопедический словарь медицинских терминов. В 3-х томах / гл. ред. Б.В. Петровский. Т. 3. М. : Советская энциклопедия, 1982. С. 420–425.
14. Hematology Glossary // American Society of Hematology <https://www.hematology.org/education/patients/blood-basics/hematology-glossary>
15. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.

Vit Iu. V., Vit N. P. ENGLISH METAPHORIC TERMS IN HEMATOLOGY

In line with the cognitive approach, the structural and semantic peculiarities of English metaphorical terms in the field of Hematology have been analyzed. The term-formation models were revealed. The formal-structural analysis of metaphorical names in hematological terminology has shown that the substantive metaphor is predominant, with monolexemic and polylexemic terms being found. Polylexemic substantive metaphors constitute the significant part of metaphorical terms formed by two or more full units. The productivity of this way is based on the peculiarities of the morphology of the English language. Basing on the theory of M. Black, who defined the metaphoricizing as a frame, i.e. that is something which is known as the basis of comparison, and the metaphoricized as a focus, that is something, for the sake of which the act of comparison is called for; the sources of metaphoricization are analysed. It has been found out that in hematological metaphorical terms, the frame is based on the likeness of associations, likeness of a natural look, shape, color, action, or a combination of the above mentioned features. The association is aroused by means of the use of mythonyms, i.e. the names of literary or mythological characters, having the similar traits of character, appearance and destiny. It has been established that the specifics of choosing metaphorical models for the transfer reflects the system of priorities of different peoples, the peculiarities of their environment and culture, and the influence of the long-term knowledge of the people.

Specific features of medical terms-metaphors, metaphorical picture of the world of medicine are conditioned by extralinguistic factors: by the object of investigation, the possibility of the direct sense perception of the object, the history of the formation of medical knowledge.

Key words: *English hematological term system, term, cognitive metaphor, model of term creation, source of metaphoricization.*

Hlavatska Yu. L.

Kherson State Agrarian and Economic University

THE SPATIAL AND TEMPORAL CHARACTERISTICS OF THE LITERARY BIOGRAPHY (CASE STUDY OF “STEVE JOBS: BIOGRAPHY”)

The article investigates the spatial and temporal characteristics of the literary biography. It has been noted that the autobiographical discourse embraces the various array of autobiographical texts. The autobiographical discourse is characterized by a special spatio-temporal organization, a pronounced personal beginning, the absence of a story about the future, a constant relationship between the present and the past, subjective and objective principles as well.

It has been clarified that scientists single out different aspects of the autobiographical discourse such as factual and fictional depiction of events, the ratio of biographical truth and artistic fiction, communicative and speech process of interaction between the autobiographer and the actual reader, pragmatic attitudes of the narrator, monologicity, the standardized character of the headings (they always include the concept of time and/or space), etc.

An evident feature of the literary biography is its chronotope. As a result, this paper outlines the spatial and temporal peculiarities of the literary biography. Our goal is to describe the correlation of the subjective and objective principles via the biographical narration. The case study is W.Isaacson's “Steve Jobs: Biography”.

The revealing of the spatial and temporal characteristics of the literary biography of Steve Jobs has been carried out by linguo-stylistic approach allowing to explore the linguistic and stylistic features of the literary biography. The novelty of the study is the depiction of the objective and subjective principles interaction outlined through chronology, factuality, dialogicity and monologicity of the narration, some of them being considered key features of the autobiographical text. Moreover, it has been stated that the category of time in the literary biography is realized in several temporal dimensions – objective, subjective, biographical and real ones.

Key words: *autobiographical discourse, literary biography, Steve Jobs, biographical narrative, the spatial and temporal characteristics, temporal dimensions, chronology, factuality, dialogicity, monologicity.*

Defining the problem and argumentation of the topicality of its consideration. The array of autobiographical texts is diverse. These are not only autobiographies themselves, but also diaries, memoirs, letters, questionnaires, interviews, resumes, etc.

One of the major topics to be investigated in this field is the definition of the autobiographical discourse as it is inconsistent and chaotic in modern linguistic researches. Autobiographical discourse is understood as a complex of autobiographical texts of different authors. At the same time, the autobiographical discourse is distinguished in the stream of statements of a language personality. On the other hand, it is a complex communicative and speech process of interaction between the autobiographer and the actual reader in connection with cultural, historical, ideological, social, psychological factors and the system of pragmatic attitudes of the autobiographer as well [20, p. 6].

It should be stated that the lasting interest of readers in famous people's autobiographies prompts authors to look for various ways of the author-narrator's presence/absence in the text, to balance the ratio of biographical truth and artistic fiction in contradictory life conditions. This gives rise to the emergence of metagenres in literature. S. Revutska and M. Forhel believe that the study of the origins of autobiographical writing and clarification of the actual genre specifics of works of an autobiographical nature should obviously be sought in the array of classical literature [10, p. 113]. The works having a debatable nature in the definition of genre require special attention, among which is the literary biography.

Ya. Bystrov considers that study of genres of artistic biography and biographical novel stand on the border of factual and fictional depiction of events [2, p. 20]. That's why, to our mind, biographical texts are attracting considerable interest due to

various linguistic and stylistic peculiarities in general and the spatial and temporal characteristics of the narrative in particular.

Research analysis. Despite the fact that the autobiographical discourse includes a variety of autobiographical texts differing in genre, content, compositional and stylistic characteristics, it should be noted that researchers try to characterize it being created and existing in certain conditions and situations.

Most Ukrainian studies have relied on types of the autobiographical discourse based on various attempts to outline its boundaries: German-language autobiographical discourse [7], English-language autobiographical discourse [1; 17], Ukrainian-language autobiographical discourse [3; 5], female autobiographical discourse [14; 15], autobiographical discourse of individual language personalities [4; 16], Ukrainian autobiographical synergy [9].

Having analyzed and systematized a series of recent studies, we see that they have revealed various titles of biographical texts: egotext [11], ego-document [6; 8; 16], autobiographical text [13; 15; 18], autobiographical memoirs [17], and biographical writing, biographical narrative [2], etc.

The present paper aims to analyze the spatial and temporal characteristics of W. Isaacson's narrative about Steve Jobs [19].

Presenting main material. The biographical narrative is a fragment of a prose text including the ratio of the documentary and the artistic, the objective and the subjective, the truth and the fiction, as well as those problems related to the way reality is reflected in the narrative and the nature of its interpretation as an important characteristic of cognition aimed at revealing the meaning (abstract content) and the sense (subjective content) of the narrative [2, p. 20].

Together, the present findings confirm that life narrative is the author's attitude to the subject of the telling or its character. The common descriptions may include indifference, friendliness, rudeness as well as friendly, critical, humorous, solemn, and cheerful attitude. Such an attitude can help set the mood, emphasize the protagonist's strong or weak points, or lead the reader to something important he/she has to know.

It should be stated that the narration of the literary biography "Steve Jobs" is presented both in the first and the third person. In the introduction "How This Book Came to Be" W. Isaacson mainly uses the first-person narration, because he introduces the reader to the course of the case, its prerequisites and two years of writing the literary biography. As a result, we observe the frequent use of the personal pronoun

I: "I ended up having more than forty interviews and conversations with him. Some were formal ones in his Palo Alto living room, others were done during long walks and drives or by telephone. During my two years of visits, he became increasingly intimate and revealing, though at times I witnessed what his veteran colleagues at Apple used to call his "reality distortion field." Sometimes it was the inadvertent misfiring of memory cells that happens to us all; at other times he was spinning his own version of reality both to me and to himself. To check and flesh out his story, I interviewed more than a hundred friends, relatives, competitors, adversaries, and colleagues" [19, p. 12].

The use of the personal pronouns *he* and *she* appears as a marker of the third-person narration. This form of narration certainly emphasizes a more objective view of Steve Jobs' life story, whereas the narrator as an interviewer becomes a participant of such a narration. In W. Isaacson's story, the subjective thoughts and feelings of the protagonist, Steve Jobs, are mostly updated through the thoughts and feelings of other characters: colleagues, friends, parents, lovers, etc. Thus, for example, Tim Cook, Apple's COO, characterizes Steve after his coming home from surgery and lashing out at his colleagues: "*I've never seen Steve hold back from expressing his view or passion,*" *he later said. "But that was good"* [19, p. 422].

We must state that the subjective principle of the narrative is used to convey the opinions of all the characters of the literary biography to establish chronological connections, on the one hand, and highlight and interpret the main events related to Steve Jobs' life experience, on the other hand.

After having analyzed the spatial and temporal peculiarities of the literary biography of Steve Jobs, we may conclude that its chronotope characterized by chronology, factuality and dialogicity as well monologicity.

Chronology. The temporal structure of the literary biography is based on the chronological principle. "This principle, in fact, is universal for a literary work of any style and genre, and it is especially significant for memoirs with its emphasis on authenticity" [12, p. 174]. The category of time in W. Isaacson's text is realized in several temporal dimensions, which are variously close to real time, peculiar in nature, methods of representation and artistic meanings. First, the **concrete historical (objective) time**. It accompanies the life of the Jobs from the 40s of the 20th century until 2011, the year of Steve's death. The time of the events depicted in the literary biography covers a long period – S. Job's whole life. A chronological sequential presentation of events, as

a text-typological property of the literary biography, is followed throughout the whole text starting from the “Childhood” section, which talks about Steve’s adoption by his adoptive parents, Silicon Valley, studying, and finishing by the “Legacy” section – a certain summary of the life path of the outstanding person, his individuality, which can not be separated from the products that the legendary personality created: “*The saga of Steve Jobs is the Silicon Valley creation myth writ large: launching a startup in his parents’ garage and building it into the world’s most valuable company. He didn’t invent many things outright, but he was a master at putting together ideas, art, and technology in ways that invented the future*” [19, p. 486].

Second is **biographical dimension of time**. Here we must point out that the headings of chapters as well as subheadings include the concept of time and/or space: “Childhood. Abandoned and Chosen” [19, p. 22]; “Atari and India” [19, p. 56]; “The iPhone. Three Revolutionary Products in One” [19, p. 403], etc. Here chronology closely correlates with factuality.

Factuality. The text of the literary biography of Steve Jobs is characterized by factuality, in other terms, that is dates, surnames, numbers, etc. It should be noted that all the characters of Walter Isaacson’s narrative are listed at the beginning of the biography. Under the heading “Characters” the author enters fifty-seven names and surnames of people who in any way had a direct connection with Steve Jobs – this is also an indication of his adoptive parents (“*CLARA HAGOPIAN JOBS. Daughter of Armenian immigrants, married Paul Jobs in 1946; they adopted Steve soon after his birth in 1955*” [19, p. 8]; “*PAUL REINHOLD JOBS. Wisconsin-born Coast Guard seaman who, with his wife, Clara, adopted Steve in 1955*” [19, p. 8]); biological parents (“*JOANNE SCHIEBLE JANDALI SIMPSON. Wisconsin-born biological mother of Steve Jobs, whom she put up for adoption*” [19, p. 9]); friends with whom he studied at the university, and with whom he soon achieved the success (“*ROBERT FRIEDLAND. Reed student, proprietor of an apple farm commune, and spiritual seeker who influenced Jobs, then went on to run a mining company*” [19, p. 8]; “*DANIEL KOTTKE. Jobs’s closest friend at Reed, fellow pilgrim to India, early Apple employee*” [19, p. 8]); Job’s children (“*ERIN JOBS. Middle child of Laurene Powell and Steve Jobs. EVE JOBS. Youngest child of Laurene and Steve*” [19, p. 8]); partners (“*JOHN LASSETER. Cofounder and creative force at Pixar. DAN’L LEWIN. Marketing exec with Jobs at Apple and then*

NeXT. MIKE MARKKULA. First big Apple investor and chairman, a father figure to Jobs” [19, p. 8]).

In addition to the names and surnames of people who surrounded Steve, one should also pay attention to the dates given by the author in the text of the biography. Dating begins in 1946 with the announcement of the marriage of Steve Jobs’ adoptive parents (“*CLARA HAGOPIAN JOBS. Daughter of Armenian immigrants, married Paul Jobs in 1946; they adopted Steve soon after his birth in 1955*”) [19, p. 8] and ends in 2005 with a mention of Robert Iger, the American entrepreneur, the former president and chairman of the company’s board of directors “The Walt Disney Company”: “*ROBERT IGER. Succeeded Eisner as Disney CEO in 2005*” [19, p. 8].

We consider it necessary to note that the author, naming the names and surnames of people also resorts to certain comments and evaluations. For example: “*JOHN SCULLEY. Pepsi executive recruited by Jobs in 1983 to be Apple’s CEO, clashed with and ousted Jobs in 1985*” [19, p. 9]. So, updating the reader with John Sculley, we learn that he was the vice president and president of PepsiCo. In 1985 Jobs had a conflict with Sculley; the conflict failed, and a little later Jobs was fired, and John Sculley was the CEO of Apple until 1993.

Burrell Smith, an American programmer who worked at Apple Computer and designed the motherboard for the original Macintosh. This is in what way Walter Isaacson characterizes him, of course, conveying the thoughts of Steve Jobs himself: “*BURRELL SMITH. Brilliant, troubled programmer on the original Mac team, afflicted with schizophrenia in the 1990s*” [19, p. 9]. Here, with the help of two contrasting adjectives (*brilliant* and *troubled*), the image of an unstable, in terms of mental health, talented computer scientist appears.

The third is the **subjective time** reflecting the author’s personal time scale. To our mind it is deeply connected with the dialogicity as well as monologicity of the literary biography.

Dialogicity/Monologicity. The dialogicity of the text is closely correlated with its characteristics such as meaningfulness, communicativeness and personification. The meaningfulness of the text is the relationship between its content, formed and established by the author, and the recipient. The personification of the text is understood by the presence of such elements that clearly characterize its author as well as reveal his attitude to the proposed content and assessment. Due to dialogicity we observe the contact with the reader and the author’s personal attitudes and opinions. Moreover, the reader

is attracted to a joint search for truth, his/her own vision and interpretation of the image.

As factual and truthful interviews with Steve Jobs, his friends, parents, colleagues compose the text of the literary biography being under analysis, we observe the following forms of dialogicity, using the methods of linguo-stylistic analysis, such as:

– “dialogue with the other” (with each character – first during the interview, and then – the translation of the changed format of the interview into a chronological and factual narrative). Schematically, this form can be marked: I (the author) – HE, THEY. It should be noted that this form of dialogicity occupies the main place in the text of the literary biography. So, for example, the thirty-second chapter “Music Man”, the subsection “The Sound Track of His Life” talks about Steve Jobs’ musical preferences of his being young and, accordingly, at a certain age at the time of the interview: “He then jumped from the sublime to the sixties: Donovan’s “Catch the Wind.” When he noticed me look askance, he protested, “Donovan did some really good stuff, really.” He punched up “Mellow Yellow,” and then admitted that perhaps it was not the best example. “It sounded better when we were young” [19, p. 361];

– comparing of two or more different points of view on a certain issue (HE 1 – HE 2). As these points of view are usually evaluated and analyzed by the author, the following pattern appears: HE 1 – HE 2 – I. For example, when discussing Steve Jobs’ love affair with Joan Baez, a folk singer and Steve’s lover in the 70s, W. Isaacson talks about this with Steve himself, Joan and Joanna Hoffman – a member of the first Masteam and his frequent opponent. The latter characterizes their relationship in the following way: “At times he would belittle her as being an ‘issues’ singer and not a true ‘political’ singer like Dylan,” said Hoffman. “She was a strong woman, and he wanted to show he was in control. Plus, he always said he wanted to have a fam-

ily, and with her he knew that he wouldn’t” [19, p. 228], focusing on Steve Jobs’ passion to keep everything under control. The singer herself considered Steve a romantic, although he was afraid of this, because he was “in love” with his products: “He was both romantic and afraid to be romantic,” she said” [19, p. 228]. Jobs himself evaluated his relationship with Baez in this way: “I thought I was in love with her, but I really just liked her a lot,” he later said. “We weren’t destined to be together. I wanted kids, and she didn’t want any more” [19, p. 228].

Finally, **the real dimension of time**, from which, in fact, narrative flows is mainly reflected in monological way of the narrator’s objective principles (“Biographers are supposed to have the last word. But this is a biography of Steve Jobs. Even though he did not impose his legendary desire for control on this project, I suspect that I would not be conveying the right feel for him – the way he asserted himself in any situation – if I just shuffled him onto history’s stage without letting him have some last words” [19, p. 487]) as well S. Jobs’ subjective ones: “I don’t think I run roughshod over people, but if something sucks, I tell people to their face. It’s my job to be honest. I know what I’m talking about, and I usually turn out to be right. That’s the culture I tried to create” [19, p. 489].

Conclusions. The main conclusion that can be drawn is that the spatial and temporal characteristics of the literary biography of Steve Jobs are identified both by the objective and subjective principles within which chronology, factuality, dialogicity and monologicity occupy key positions. In addition, the category of time in the text analyzed is realized in several temporal dimensions among which we’ve distinguished objective, subjective, biographical and real planes.

The linguistic means of evaluation of the narrator’s as well as Steve Job’s speech may be considered a promising aspect of the literary biography studying.

Bibliography:

1. Бехта-Гаманчук М. П. Комунікативні інтенції наратора у британській художній літературі початку ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2017. 20 с.
2. Бистров Я. В. Англомовний біографічний наратив у вимірах когнітивної лінгвістики і синергетики : монографія. Київ – Івано-Франківськ, 2016. 320 с.
3. Бондарева О. С. Нові форми презентації біографій митців як інтелектуальна провокація: проблеми класифікування. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції*. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка. 2020. Вип. 16. С. 6–15.
4. Бондаренко Я. О. Дискурс акцентуованих мовних особистостей: комунікативно-когнітивний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2002. 20 с.
5. Констанкевич І. Українська проза першої половини ХХ століття: автобіографічний дискурс : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 420 с.
6. Кривошея І. І., Якименко Л. М. Змалювання повсякденного життя уманчан в егодокументах Надії Суровцової та Петра Курінного (перше десятиліття ХХ ст.). URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/6571/1/Umanska_starovyna_2016_1.pdf (дата звернення: 08.02.2022).

7. Кучер З. І. Автофікція в ранній творчості швейцарського письменника П. Нізона. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/93.pdf> (дата звернення: 26.02.2022).
8. Острянюк А. «Джерела особового походження»: семантика поняття. URL: <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/4069/1/%D0%94> (дата звернення: 09.02.2022).
9. Райбедюк Г. Дисидентський дискурс у координатах автобіографічного синергену. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. Серія «Філологічні науки»*. 2020. Вип. 51. С. 76–85.
10. Ревуцька С. К., Форгель М. В. Елементи автобіографії у романі Ш. Бронте «Джейн Ейр». *Вісник Університету імені А. Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2020. № 2 (20). С. 113–118.
11. Риженко К. Автобіографічний дискурс художньої прози Пантелеймона Куліша : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. Київ, 2019. 198 с.
12. Рум'янцева О. Ю. Специфіка художнього часу в мемуарній літературі. *Документалістика на зламі тисячоліть: проблеми теорії та історії* : зб. матеріалів міжнар. наук. конф. Луганськ : Знання, 2001. С. 173–177.
13. Сердійчук Л. П. Автобіографія як особливий вид дискурсу. URL: <http://studentam.net.ua/content/view/8442/97/> (дата звернення: 11.04.2022).
14. Синчак О. П. Прагматоричні та когнітивно-семантичні особливості жіночого автобіографічного дискурсу (на матеріалі англійської, польської і української мов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. Київ, 2011. 198 с.
15. Смушак Т. В. Концепт самотності та відчуження в українській та французькій літературі першої половини ХХ століття (на матеріалі автобіографічної повісті Наталени Королевої “Без коріння” та автобіографічного роману Ірен Немировської “Вино самотності”) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.05. ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. Івано-Франківськ, 2017. 198 с.
16. Цяпа А. Г. Автобіографія як проекція творця та національної літературно-культурної традиції (Улас Самчук, Еліас Канетті) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Тернопіль, 2006. 20 с.
17. Щербицька В. В. Лінгвокогнітивна об'єктивізація гендеру автора в англійському літературному автобіографічному творі ХХІ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Херсон, 2016. 20 с.
18. Brian F. The Inner I: British Literary Autobiography of the Twentieth Century. London, Boston : Faber and Faber, 2005. 286 p.
19. Isaacson W. Steve Jobs: Biography. URL: <https://www.studynovels.com/Book/BookDetails?bid=578> (дата звернення: 11.03.2022).
20. Wagner-Egelhaaf M. Autobiographie. Stuttgart : Metzler, 2000. 229 p.

Главацька Ю. Л. ПРОСТОРОВО-ЧАСОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ЛІТЕРАТУРНОЇ БІОГРАФІЇ (НА ПРИКЛАДІ «СТІВ ДЖОБС: БІОГРАФІЯ»)

У статті досліджено просторово-часові характеристики літературної біографії. Зазначається, що автобіографічний дискурс охоплює різноманітний масив автобіографічних текстів. Автобіографічний дискурс характеризується особливою просторово-часовою організацією, яскраво вираженим особистісним началом, відсутністю розповіді про майбутнє, постійним співвідношенням сьогодення та минулого, а також суб'єктивним і об'єктивним початками.

З'ясовано, що вчені виокремлюють такі аспекти автобіографічного дискурсу, як фактичне й художнє зображення подій, співвідношення біографічної правди й художнього вимислу, комунікативно-мовленнєвий процес взаємодії автобіографа й реального читача, прагматичні установки автора-оповідача, монологічність, стандартизований характер заголовків (вони завжди включають концепт часу та/або простору) тощо.

Очевидною ознакою літературної біографії є її хронотоп. Як результат, в цій роботі окреслено просторові та часові особливості літературної біографії. Наша мета – через біографічну оповідь описати співвідношення суб'єктивного та об'єктивного начал. Матеріалом дослідження постає робота У. Айзексона «Стів Джобс: біографія».

Виявлення просторово-часових характеристик літературної біографії Стіва Джобса здійснено за допомогою лінгвостилістичного підходу, що дозволяє дослідити мовно-стилістичні особливості літературної біографії. Новизна дослідження полягає у відображенні взаємодії об'єктивного та суб'єктивного начал через хронологічність, фактологічність, діалогічність та монологічність оповіді, деякі з яких вважаються ключовими ознаками автобіографічного тексту. Крім того, зазначено, що категорія часу в літературній біографії реалізується в кількох часових вимірах – об'єктивному, суб'єктивному, біографічному та реальному.

Ключові слова: автобіографічний дискурс, літературна біографія, Стів Джобс, біографічний наратив, просторово-часові характеристики, часові виміри, хронологічність, фактологічність, діалогічність, монологічність.

Глуховська М. С.

Національний аерокосмічний університет
імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ОДИНИЦІ ТА ОБМЕЖЕННЯ СКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглянуто різні підходи до тлумачення поняття фразеологічної одиниці (далі ФО) та обмеження складу фразеології англійської мови. У дослідженні визначено поняття ФО, охарактеризовано значення ідіоматичність, стійкість структури, цілісність значення. Відповідно до аналізу, термін відтворюваність ФО аналогічний терміну відтворюваність слова. Говорячи про цілісне значення фразеологічних зворотів – мають цілісне, то мається на увазі, що фразеологізми позначають відповідне поняття всім компонентним складом у цілому, а не окремо кожним. Зазначено, що у фразеологічного звороту є ознаки, що зближують його зі словом, і ознаки, що зближують його з вільним словосполученням. Описано різні категоріально-граматичної віднесеності фразеологічних зворотів: субстантивні ФО, ад'єктивні ФО, дієслівні фраземи, адвербіальні ФО, інтер'єктивні, дієслівно-пропозиційними. Підкреслено, що прислів'я та приказки не мають категоріально-граматичної віднесеності.

Авторка статті звертає свою увагу на дослідження фразеології, її основні поняття, обсяг проблематики, об'єкт вивчення та неоднорідність тлумачення терміну. Розглянуто ознаки фразеологічних одиниць, що визнаються всіма вченими як обов'язкові та обмеження складу фразеології. Наголошено на особливостях денотативно-сигніфікативного макрокомпонента і виділено ФО таких типів: ФО, семантично співвідносні зі словом; ФО, семантично співвідносні зі словосполученням; ФО, семантично співвідносні з реченням; ФО, семантично співвідносні з текстом.

У статті наведено достатню кількість прикладів.

Ключові слова: відтворюваність, ідіоматичність, компонентний склад, фразеологізм, фразеологічна одиниця, фразеологічний зворот, стійкість структури, цілісність значення.

Постановка проблеми. Фразеологізми посідають особливе місце у словниковому складі англійської мови. Їх специфічна структура приваблює і викликає неабияку зацікавленість науковців, а з іншого боку, вимагає серйозного аналізу змісту та форми мовних одиниць. ФО є частиною культури англійського народу, тому потрібно знати і розуміти їхню структуру, семантику та суть, тому що без знань та розуміння ФО дуже важко досягнути національний склад мислення носіїв мови.

Фразеологічні вирази вживаються майже в усіх галузях життя сучасної людини. Вони часто зустрічаються як в оригінальних творах класиків, так і у сучасних письменників, активно використовуються в засобах масової інформації та у повсякденному мовленні [3, с. 122].

У лінгвістиці відомо понад 200 визначень фразеологічної одиниці, але жодне з них не знайшло загального визнання. Із цього погляду фразеологічні одиниці В.В. Єлісеева зазначає, що, не зва-

жаючи на те, що фразеологічні одиниці являють собою сполучення слів, вони розглядаються лінгвістами з позицій не синтаксису, як вільні сполучення лексикології. Причиною цього є, по-перше, те, що у вільному словосполученні можлива заміна будь-якого компонента в рамках цієї моделі, а у фразеологічному сполученні зв'язок між компонентами жорсткий і заміна одного з них є неможливою без зруйнування смислу всієї одиниці. Інша причина, через яку фразеологічні одиниці належать до об'єктів лексикологічного дослідження, – наявність у такого сполучення спільних рис зі словом. Як і слово, фразеологічна одиниця не утворюється в процесі мовлення з одиниць більш низького рівня, а відтворюється готовим блоком. Ця ознака вказує на те, що у фразеологічній одиниці, як і в слові, міститься єдине лексичне значення. Отже, фразеологічна одиниця являє собою не модельоване сполучення, пов'язане семантичною єдністю [10]. Викладене свідчить про актуальність статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У мовознавстві останніх десятиліть велика увага приділялася дослідженню фразеологічних одиниць у різних аспектах. Науковцями доведено, що ФО мають ознаки, спільні з лексичними одиницями, словосполученнями, реченнями, і відмінні від названих типів одиниць. Констатувався факт наявності зворотів, які не мають відповідників у системі слів, і зверталася увага на своєрідність їхньої семантики і прагматичного потенціалу (роботи В.П. Жукова, О.В. Куніна, Л.М. Пелепейченко, В.М. Телії, Т.З. Черданцевої).

Постановка завдання. Предмет дослідження – фразеологічні одиниці

Об'єкт – підходи визначення ФО та обмеження її складу

Мета – проаналізувати тлумачення фразеологічної одиниці в англійській мові, охарактеризувати склад та обмеження фразеології.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи фразеологічний склад мови, О.В.Кунін дає таке визначення: “Фразеологічна одиниця – це стійке сполучення лексем із повністю або частково пересмисленим значенням”.

Т.І. Арбекова: “Фразеологічна одиниця – це сполучення слів з низьким показником комбінаторності, який зумовлений структурно-системними особливостями компонентів (чи одного з них) або особливим характером відношення словосполучення до дійсності, а також з'єднанням цих двох факторів” [4].

У дослідженні приймається визначення Л.М. Пелепейченко: «Фразеологічний зворот – це усталене в складі і структурі, відтворене предикативне чи непередикативне сполучення слів, що характеризується в більшому чи меншому ступені цілісністю і ідіоматичністю значення. Прокоментуємо ознаки ФО, виділені у визначенні» [9, с. 24].

Термін «усталене в складі» означає, що фразеологічний зворот складається завжди з тих самих компонентів. Наприклад, фразеологізм ганятися за двома зайцями (домагатися одночасно двох різних цілей) функціонує тільки в такому складі. Не можна сказати за трьома зайцями чи за двома курками – це вже будуть не фразеологізми. Термін «усталений у структурі» означає, що, по-перше, компоненти ФО утворюють незмінну синтаксичну структуру і, по-друге, вони, як правило, функціонують у строго визначених граматичних формах (виняток становить форма відмінка в атрибутивних сполученнях). Наприклад, фразему *солон'яна вдова* (жінка, яка тимчасово залишилася без чоловіка або не живе з ним) не можна змінювати на

«вдова із соломи»; замість *не за горами* (незабаром) не можна сказати «перед горами» – будь-яка заміна структури ставить ФО поза системою, поза нормою. Однак невеликі зміни складу в деяких фразем усе-таки є. Наприклад, фразеологічний зворот *гора з пліч* функціонує ще й у складі *гора з пліч звалилася*, фразема *направляти стопи* відома ще і як *повертати свої стопи*; можна сказати *нам'яти шию* і *намилити шию*. Наявність у фразеологізмів різних форм уживання називається варіантністю, або варіативністю фразеологічних зворотів. [9, с. 46]

Термін відтворюваність ФО аналогічний терміну відтворюваність слова й означає, що фразеологічні звороти, як і слова, не придумуються щораз, а зберігаються в пам'яті і відтворюються в готовому вигляді. Коли говорять, що фразеологічні звороти мають цілісне значення, то мають на увазі, що фразеологізми позначають відповідне поняття всім компонентним складом у цілому, а не окремо кожним.

У вільному словосполученні кожен компонент позначає певне поняття. Наприклад, вільне сполучення *вийти із строю* означає, що треба переміститися (вийти) так, щоб не бути в одному строї з іншими. Фразеологізм *вийти із строю* має два значення: «занедужати» і «зламатися», і в обох випадках ці значення не є розчленованими, співвідносяться не з різними компонентами, а з ФО в цілому.

Під ідіоматичністю розуміється невиводимість значення ФО зі значень компонентів, що складають її. Наприклад, значення вільного словосполучення *горобець, що летить*, дорівнює сумі значень компонентів (*горобець+летить*). Значення фразеологічного звороту *стріляний горобець* (досвідчена людина) не складається із суми значень компонентів, має сховані, не виражені в структурі фразеологізму семи [9, с. 59].

У фразеологічного звороту є ознаки, що зближують його зі словом, і ознаки, що зближують його з вільним словосполученням. До ознак, спільних для ФО і вільного словосполучення, належать компонентний склад і типи синтаксичних зв'язків компонентів. Фразеологічний зворот складається з двох чи більше слів: *axillesova n'ya* – *the heel of Achilles*; *собака на сні* – *dog in the manger*; *спати як убитий* – *to sleep like a top*. Як і у вільному сполученні, компоненти ФО зв'язані між собою за законами синтаксичного зв'язку, властивими системі мови. Наприклад, компоненти фраземи *серпанкова панянка* зв'язані узгодженням, фраземи *брати в шори* – керуванням, фраземи *несолоно*

сьорбавши (ні з чим) – примиканням. Є і приклади сурядного зв'язку: *альфа й омега – Alpha and Omega* і координації: *бабуся надвоє сказала – we shall see what we shall see, страх бере – to tremble in one's shoes*. Як і у вільному сполученні, кожний з компонентів ФО має свій наголос. Але незважаючи на ознаки формальної подібності, описані вище, фразеологізм значно відрізняється від вільного словосполучення. Крім усталеності в складі і структурі, відтворюваності і ідіоматичності, про які говорилося вище, до відмінних ознак належить специфіка синтаксичних функцій. Кожний з компонентів вільного словосполучення, вживаючись у реченні, виконує певні синтаксичні функції. Фразеологізм виступає як член речення в цілому – його компоненти не виконують окремих функцій: Не чув, щоб такі терті калачі, стріляні горобці виправлялися. Фразеологізми *терті калачі* і *стріляні горобці* виконують функцію однорідних підметів. Вільне словосполучення може бути безобразним (зелений олівець, дерев'яний стіл) і образним (гай золота, білих яблунь дим). Фразеологізм завжди має образність [9, с. 59].

До ознак, спільних для фраземи й слова, належать: відтворюваність, цілісність значення, ідіоматичність, номінативність, категоріально-граматична віднесеність, що властива більшості ФО. Наведемо приклади різної категоріально-граматичної віднесеності фразеологічних зворотів.

Субстантивні ФО (співвідносяться з іменниками): *a lost sheep – людина, котра збилася з істинного путі, a willing horse – роботяга, birds of feather – люди одного складу, один одного варті, each and all – всі без різниці*.

Ад'єктивні ФО (співвідносяться з прикметниками): *up and doing – енергійний, about and about – дуже схожі, free and easy – вільний, без забобнів, spick and span – стильно вдягнений, dead and gone – давно минувший*.

Дієслівні фраземи (співвідносяться з дієсловом): *grin and bear it – мужньо переносити страждання, ve all things to all men – намагатися догодити всім і кожному, bear/carry one's/the cross – нести свій хрест; безмовно переносити все мінливості долі, bear the cap and bells – робити із себе шута, to see the elephant – здобути життєвий досвід, eat one's words – взяти назад свої слова, взяти свої слова назад*.

Адвербіальні ФО (співвідносяться з прислівником): *between grass and hay – в юності, bag and baggage – з усіма речами, feast today and fast tomorrow – разом густо, разом пусто, for ever and a day – назавжди, by and by – один за одним,*

first or last – рано чи пізно, far and near – вздовж і поперек.

Інтер'єктивні (або вигуківі, співвідносяться з вигуком): *be the way – до речі, by gun – хай йому біс, so and so – так і так*.

Багато ФО не належить до жодної частини мови. Їх називають дієслівно-пропозиційними: *дух захоплює – it takes one's breath away, мороз по шкiрі – it makes one's crawl, мурашки по спині бігають – it makes one's feel creepy all over*.

Не мають категоріально-граматичної віднесеності і прислів'я та приказки – фраземи, які не всі дослідники відносять до фразеології: *in Rome do as the Romans do. – У чужий монастир зі своїм статутом не ходять. A creaking door hangs long on its hinges. – Скрипуче дерево два віки стоїть. A sound mind in a sound body. – В здоровому тілі здоровий дух. Birds of feather flock together. – Рибак рибака бачить здалеку. Cat's concert. – Хто в ліс, хто по дрова. Every bullet has its billet. – Кожному своє. Go home and say your prayers. – Не сунь носа в чужі справи*.

Фразеологія – порівняно молода дисципліна. Як наука вона виникла лише на початку 20 століття. Її основні поняття, обсяг проблематики та об'єкт вивчення ще остаточно не визначені. Це пояснюється передусім великою функціональною, семантичною та структурною різноманітністю тих одиниць, що сприймаються як стійкі сполуки слів. Специфіка об'єкта дослідження викликає труднощі у визначенні як місця фразеологічного рівня в ієрархії мовної структури, так і місця фразеології серед інших лінгвістичних дисциплін. В.В. Виноградов зазначає, що в системі лінгвістичних дисциплін фразеологія іноді зовсім не знаходить собі місця, але найчастіше вона розміщується поряд із лексикологією чи є її частиною [9; 11].

Можна з упевненістю стверджувати, що жоден розділ мовознавства не характеризується такою суперечливістю і такою неоднорідністю тлумачення термінів, як фразеологія. Термінологічний різнобій створює значні труднощі у вивченні фразеології у вищому навчальному закладі і стає перешкодою в подальшій розробці теоретичних проблем, тому що часто заводить дослідників у замкнуте коло [7, с. 56]. Наприклад, є дискусійним питання про специфіку фразеологічного значення. Для його розв'язання необхідне дослідження конкретного матеріалу – фразеологічних одиниць. Але єдині принципи обмеження складу фразеологічних одиниць не вироблені, тому що не цілком зрозуміло, яке значення слід вважати

фразеологічним [4]. Досліднику доводиться формувати свою наукову концепцію інтуїтивно: він обирає позицію, що здається йому більш привабливою, часто не намагаючись глибоко осмислити думки опонентів і не помічаючи раціональних зерен інших думок. Природно, що при такому підході різнобій у термінології не просто залишається, а збільшується з кожним новим витком розробки проблеми.

Обмеження складу фразеології безпосередньо пов'язане з тим, які ознаки фразеологічної одиниці розглядаються як категоріальні, тобто які дозволяють віднести стійке сполучення до категорії фразеологічних зворотів. О.І. Молотков називає три такі ознаки: лексичне значення, компонентний склад і наявність граматичних категорій [6; 8]. Але матеріал, підданий аналізу, змусив автора виділити й особливий клас одиниць, що не вмістився в ложе частиномовної класифікації, – дієслівно-пропозиціональні звороти. Крім того, поза полем зору автора залишився факт категоріально-граматичної синкретичності: *Сьама вода на киселі* (далекій родич) – формально субстантивний зворот, семантично – і субстантивний, і ад'єктивний; *Світла голова* – формально субстантивний, семантично – то субстантивний (*Багато світлих голів вирішували цю загадку*), то ад'єктивний (*Він – світла голова*) [13, с. 96].

Перелічимо ознаки фразеологічних одиниць, що визнаються всіма вченими як обов'язкові: компонентний склад, стійкість структури, відтворюваність, цілісність значення, ідіоматичність, категоріально-граматична віднесеність для більшості ФО. Ознаки ФО, що визнаються не всіма вченими, обумовили наявність груп зв'язаних сполучень, фразеологічний статус яких не узаконений: одні вважають їх фразеологізмами, інші ні. Спірними є такі питання:

1. Чи мають бути компоненти ФО неодмінно самостійними частинами мови? Чи є фразеологічними зворотами сполучення самостійних і службових слів (*під мухою, на рідкість, до божевілля, до упаду*).

2. Чи може ФО бути предикативним сполученням (*бабуся ворожить, мурашки по спині бігають*)? Чи можуть компоненти ФО зв'язуватися сурядним зв'язком (*гог і магог*)?

3. Чи є фразеологічними зворотами сполучення, в яких зв'язане значення має лише один компонент (*білий гриб, сухе вино, карі очі*)?

4. Чи є образність значення, експресивна функція обов'язковими для ФО? Від відповіді на це питання залежить зарахуванню чи не зара-

хуванню до складу фразеології сполучень типу *пральна машина, волоський горіх*.

5. Який статус прислів'їв і приказок у системі мови?

Відповідаючи по-різному на перераховані питання, учені наводять досить переконливі аргументи на користь своєї точки зору, але спростування інших думок виглядає більше категорично, ніж переконливо.

Аналізуючи розглянуту проблему, багато дослідників незалежно один від одного прийшли до висновку про перехідність ФО за ступенем фразеологічності. Так, В.М.Телія виділяє різні фразеологічні підсистеми в рамках фразеологічної: Фразеологія 1, Фразеологія 2 і т.д., але критеріїв розмежування виділених підсистем не наводить [14, с. 157].

Подібну думку висловлює й О.В. Кунін, який вважає, що «нижня межа фразеологізму – двослівне утворення. При цьому один з компонентів може бути службовим словом. Верхня межа – складне речення. Фразеологізмами зі структурою складного речення можуть бути тільки прислів'я» [15]. Детально різні ступені фразеологічності усталених сполучень (УС) аналізуються в руслі теорії перехідності [10].

Цілком очевидно, що не тільки положення ФО в ядерній чи периферійній зоні фразеології, але й специфіка фразеологічного значення залежить від того, як співвідносяться названі ознаки в семантиці одиниці. У зв'язку з цим недоцільно шукати специфіку значення одночасно усіх фразеологізмів у цілому – необхідно досліджувати особливості значень ФО, об'єднаних спільністю ознак і, насамперед, головної з них – особливостей денотативно-сигніфікативного макрокомпонента. За цією ознакою можуть бути виділені ФО таких типів:

ФО, семантично співвідносні зі словом: *пліч-о-пліч – shoulder to shoulder, виносити сміття з хати – to wash one's dirty linen in public*.

ФО, семантично співвідносні зі словосполученням: *стріляний горобець – downy old bird*.

ФО, семантично співвідносні з реченням: *бабуся надвоє ворожила – We shall see what we shall see, мурашки по спині бігають – to chill down one's spine, страх бере – fear takes*.

ФО, семантично співвідносні з текстом: *У чужий монастир зі своїм статутом не ходять. – In Rome do as the Romans do. У тихому болоті чорти водяться. – Still waters run deep*.

Як видно з викладеного, прислів'я належать до останньої групи ФО.

Висновки і пропозиції. Приймаючи широкий підхід до фразеології, ми, по суті, розуміємо фразеологію як науку про стійкі відтворювані сполучення слів. Як уже відзначалося вище, не всі вчені приймають такий підхід. Особливо активно, з емоційним полемічним запалом виступив проти нього О.М.Бабкін, який уподібнив такий підхід усеядності [2, с. 120]. Але виключення будь-яких стійких відтворюваних одиниць зі складу фразеології зобов'язує шукати інший термін для їхнього позначення, тому що сам факт їхнього існування, їхню специфіку в порівнянні з вільними сполученнями слів заперечувати не можна. Як зазначають М.М. Копиленко і З.Д. Попова, «ідіоматичність сполучень лексем, узята за основу виділення фразеологізмів, змушує, з одного боку, визнати фразеологічність прийменниково-іменних форм,

а з іншого, – фразеологічність відтворюваних фраз, у тому числі прислів'їв і приказок» [9, с. 98]. У статті прислів'я та приказки розглядаються як фразеологічні одиниці особливого типу – ті, що співвідносяться за семантикою із текстом.

Зазначимо, що питання про розмежування прислів'їв і приказок у лінгвістиці вирішується по-різному. На думку А.І. Молоткова, «за своїм змістом приказка завжди однопланова. Класично правильна приказка передає тільки буквальне значення змісту вислову» [13]. Однак як приклади приказок А.І. Молотков наводить і вислови з образним, переносним значенням. Важко погодитися і з твердженням про те, що приказку ніщо не зближує з фразеологізмом» [11], тому що, крім стійкості й відтворюваності, приказку зближує з фразеологізмом наявність конотативного значення.

Список літератури:

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М. : Высшая школа, 1973. 213 с.
2. Баранцев К.Т. Английські прислів'я та приказки. Вид. II, доповнене. К. 1973. 54 с.
3. Слисеева В.В. Лексикология английского языка. СПб : СПбГУ, 2003 р. 244 с.
4. Заваринська І.Ф. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Нац пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2009. 19 с.
5. Зорівчак Р.П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою). Л. : Вид-во Львів, ун-ту, 1983. 175 с.
6. Казакова Т.А. Практические основы перевода: English – Russia. Серия: Изучаем иностранные языки. СПб.:Издательство Союз», 2000. 320 с.
7. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : «Нова книга», 2002. 345 с.
8. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу. К., 1982. 256 с.
9. Пелепейченко Л.М. Актуальні проблеми підготовки перекладачів: Колективна монографія. Харків : АВВ МВС України, 2006. 261 с.
10. Свешнікова О.В. Особливості перекладу фразеологічних одиниць англійської мови на українську. Прикладна лінгвістика 2014: проблеми та рішення, К. : 2014. С. 19.
11. Телия В.Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры. Фразеология в контексте культуры. М. : 1999. 224 с.
12. Шарманова Н.М. Прислів'я, приказка, афоризм: лінгвістичний аспект жанру. Актуальні питання філології : Зб. наук. праць. Кривий Ріг : КДПУ, 2002. 272 с.

Hlukhovska M. S. APPROACHES TO EXPLANATION OF CONCEPT OF PHRASEOLOGICAL UNITS AND LIMITATION OF COMPOUND OF ENGLISH PHRASEOLOGY

The article considers various approaches to some explanation of the concept of phraseological unit and limitation of English phraseology compounds. The study defines the concept of phraseological unit, characterizes the definitions such as idiomaticity, stability of structure, integrity of the meaning. According to the analysis, the term reproducibility of phraseological unit is similar to the term reproducibility of a word. When they say that phraseological phrases have an integral meaning, they mean that phraseological units denote the corresponding concept by the entire component composition as a whole, and not separately by each one. It is noted that a phraseological phrase has signs that bring it closer to a word, and signs that bring it closer to a free phrase. Various categorial and grammatical relationships of phraseological locutions are described: substantive phraseological unit, adjective phraseological unit, verbal phrasemes, adverbial phraseological unit, interjective, verb-propositional. It is emphasized that Proverbs and sayings do not have a categorial and grammatical relationship.

The author of the article pay attention to the study of phraseology, its basic concepts, scope of problems, the object of study and the heterogeneity of a definition of the term. The features of phraseological units recognized by all scientists as mandatory and limiting the composition of phraseology are considered. The features of the denotative-significative macro component are emphasized and some following types of phraseological units are highlighted: phraseological units which are semantically correlated with the word; phraseological units which are semantically correlated with the phrase; phraseological units which are semantically correlated with the sentence; phraseological units which are semantically correlated with a text.

The article provides a sufficient number of examples.

Key words: *reproducibility, idiomaticity, component composition, phraseology, phraseological unit, phraseological locution, stability of structure, integrity of meaning.*

Гнедкова О. Г.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Зигарь А. Р.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ЛІНГВІСТИЧНІ МЕТОДИ ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНАХ

Статтю присвячено лінгвістичним особливостям англомовних слоганів, які найчастіше використовують в комерційній рекламі. Бажання виділити свій бренд серед інших на ринку, змушує рекламодавців вкладати великий капітал в рекламну кампанію, частиною якої завжди є слоган. Він несе в собі основну ідею компанії, що рекламує свій бренд. Через масштабність ніші й швидкісні зміни в потребах реципієнтів, маркетологи вдаються до різних методів впливу за допомогою лексичних, граматичних, семантичних особливостей. Перед перекладачем постає проблема вдало перекласти слоган, без втрати важливих впливових елементів й для отримання бажаного результату.

При дослідженні англомовних слоганів, описані наступні звукові прийоми: рима, ритм, алітерація, звуконаслідування тощо. Наявність одного з прийомів є запорукою впливу на реципієнта, оскільки це виділяє бренд, допомагає його запам'ятати, спонукає купити рекламований товар. Серед стилістичних засобів зазвичай можна зустріти персоніфікацію, порівняння, метафору та гіперболу. Таке застосування створює особливий ефект, додає естетичності продукту, а також стирає кордони між брендом та реальністю, тобто, наближає рекламодавця до аудиторії.

Для вибору методу перекладу необхідно правильно інтерпретувати текст оригіналу. Зазвичай, бездумний буквальный переклад чи калькування призводить до хибного перекладу й губить репутацію рекламодавця. Таким чином, перекладач становиться митцем нового тексту, й на ньому лежить відповідальність за результат від капіталовкладень в рекламу.

У статті окреслено складнощі при перекладі англомовних слоганів на українську мову. Зазвичай, це пов'язано з різним сприйняттям світу та культурними особливостями. Також, проблемною може бути адаптація мовних реалій та структур, які часто сильно відрізняються в мові оригіналу від мови перекладу.

Ключові слова: *реклама, англомовні рекламні слогани, мовні засоби впливу, проблеми перекладу, перекладацькі трансформації.*

Постановка проблеми. Мова має потужний вплив на людину, особливо в рекламі. Актуальність питання пов'язана з постійним розвитком й змінами галузі. Перед перекладачем реклами й рекламних слоганів постає проблема правильно інтерпретувати сенс й знайти вдалі еквіваленти. Маркетологи винаходять нові мовні засоби впливу на реципієнта. Через великі капіталовкладення в рекламну кампанію й, співвідносно, великі очікування, на перекладача лягає велика відповідальність проаналізувати лінгвістичні особливості й відтворити їх для отримання очікуваного ефекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробка теоретичних засад та аналіз практичних аспектів психолінгвістичних методів у рекламних слоганах зацікавила як вітчизняних, так й закор-

донних науковців, таких як: Г. С. Шарп, К. Колі, Л. Лейтессер, Р. Сурі, Дж. Каддон, К. Мачульська, К. Мулик, М. Гуменний.

Незважаючи на чималу кількість опублікованих наукових робіт, все ще відчувається брак теоретико-методологічних досліджень перекладу лінгвістичних особливостей створення й перекладу англомовних рекламних слоганів, в яких би було комплексно розглянуто різні аспекти інтерпретації й як правильно шукати вдалі еквіваленти на різних рівнях. Залишається відкритим питання визначення слогану, як такого. Все це обумовлює необхідність подальших теоретичних й практичних досліджень.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі трактувань поняття «слоган» з огляду на існуючі, визначені сучасними науковцями та

спробі запропонувати власне загальне визначення. Висвітлити основні лінгвістичні особливості, які найчастіше застосовують в рекламних слоганах. Окреслити специфічність перекладу, проблеми, з якими стикається перекладач, спробувати знайти їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні, реклама – невід’ємна частина нашого повсякдення, як наприклад використання Інтернету, соціальних мереж, телебачення, подкастів. Саме тому вона стала вагомим засобом для впливу на аудиторію, що приваблює маркетологів та рекламодавців. Реклама спрямована на те, щоб керувати вибором, думками та майбутніми діями цільового споживача: наприклад, змусити людей купити товар, завоювати та утримати клієнта.

Рекламні слогани стали вже частиною рекламної кампанії або в деяких випадках повністю замінюють її, що інколи пов’язано з невеликим бюджетом рекламодавця. Короткі, але місткі фрази, мають легкий характер, тому швидко та добре запам’ятовуються реципієнтом. Зазвичай, реклама оминає практичне призначення товару, а пріоритетом є символізм. Отже, завдання кожного перекладача інтерпретувати значення, яке несе в собі реклама, звернути увагу на усі засоби, використані маркетологами, з метою передати бажаний ефект.

У рекламному перекладі не поширена практика залишати рекламу незмінною, тобто без будь-яких змін, незалежно від цільової аудиторії та ринку. Лише окремі рекламні тексти уникають процесу трансформації: коли бренду потрібно використовувати складну аргументацію, і коли не тільки мова, але й культура стоїть на шляху міжнародної промо-кампанії. В такому випадку, перекладачі вдаються до адаптацій.

З метою виявлення тенденцій у сучасній практиці перекладу рекламного слогану та визначення їх обсягу досліджено низку рекламних комерційних слоганів, опублікованих у друкованих засобах масової інформації англійською мовою.

В англійських рекламних слоганах традиційно використовують мовні засоби задля впливу на адресата на граматичному, семантичному та лексичному рівнях.

Розглядаючи питання визначення слогану, ми дійшли висновку, що єдино визначеного трактування для слоганів наразі не існує. За словами Гарольда Шарпа, «Слово «слоган» є англізацією гельського «slaughghairm», що означає «армійський клич» або «воєнний клич», який раніше використовувався шотландськими кланами. Його

мета полягала в тому, щоб надихнути членів клану запекло боротися за його захист або поширення його слави» [8, с. 5].

Саме слово «слоган» або його еквівалент в українській – «гасло» натякає на заклик до дії. Спочатку, науковці трактували його як коротко сформульовану ідею, яка має на меті викликати асоціацію з продуктом. Але слоганом також можна вважати автономну коротку рекламу, яка здатна функціонувати окремо чи відображати зміст рекламної кампанії. Згідно з Д. Сясуном [5], рекламний слоган можна вважати «словесним логотипом», який з’являється під або поруч із символом або торговою маркою компанії. Він зазначає, що рекламодавці використовують рекламні слогани, щоб підкреслити вигоду, яку цільові споживачі можуть отримати від продукту, а також висловити особливість компанії, її обіцянки та маркетингову ситуацію.

К. Колі, Л. Лейтесер та С. Сурі вважають, що слогани є ключовим елементом ідентичності бренду та сприяють підвищенню його капіталізації. На сучасному ринку майже всі бренди використовують слогани; вони покращують імідж бренду, сприяють його впізнаваності та запам’ятовуванню, а також допомагають створити диференціацію бренду у свідомості споживачів [7, с. 415].

Психолог Музафер Шериф стверджує, що слоган – «фраза, коротке речення, заголовок, сентенція, яка навмисно або ненавмисно є закликом до того, на кого вона спрямована, купити якийсь товар, відновити або зміцнити вже усталений стереотип, прийняти нову ідею або здійснити якусь дію» [9, с. 451].

Хоча усі дослідники наполягають на важливості слоганів, не існує єдиної думки щодо того, які фактори впливають на успіх слоганів.

Пропонується окреслити вдалі слогани наступним чином:

1. Привертають увагу, зацікавлюють аудиторію.
2. Викликають асоціацію з брендом або описують його, щоб в подальшому заохочувати та спонукати реципієнта до покупки в майбутньому.
3. Порівняння з конкурентами, або виділення серед інших, з метою показати перевагу та ціннісну пропозицію.

На нашу думку, після аналізу трактувань науковців, доречно й влучне визначення слогану можна надати наступним чином: рекламний слоган – це особливий вид мікротексту, раціонально спрямований налаштувати адресата купити товар або послугу.

Розглянемо лінгвістичні засоби впливу при формуванні слогану. Кожен, хто пробував свої сили в рекламному перекладі, знає що завдання далеко не з легких, насамперед через економічні та фінансові ставки, пов'язані з рекламою. Слід зазначити, що сама природа текстів, які підлягають перекладу, добре піддається множинності інтерпретацій та перекладацьких рішень.

За своєю суттю рекламний слоган є складним повідомленням, яке можна перекласти кількома способами і яке є відображенням різних професійних галузей, вплив яких не можна ігнорувати. Тому, коли перекладач пропонує те чи інше рішення, завжди знайдеться той, хто оскаржить запропонований переклад або запропонує краще формулювання чи адаптацію повідомлення.

В сьогоденнішому різноманітті рекламного ринку, маркетологи намагаються винайти нові засоби впливу, з метою виділити бренд серед конкурентів, вплинути на емоції та майбутні дії цільової аудиторії. В англійських рекламних слоганах виявлено тенденцію використання звукових прийомів, таких як рима, ритм, алітерація, звуконаслідування.

Найкращим прийомом для рекламного слогану Павло Скорупа та Тетяна Дубовичене вважають риму. На їхню думку рима надає яскравості, сприяє легкому запам'ятовуванню й подальшому відтворенню. Наприклад, для рекламної кампанії фармацевтичного препарату Alka-Seltzer, маркетологи розробили слоган *Be wise – Alkalize*. Іншим прикладом римування є слоган бренду Pringles – *Once you pop, you can't stop*. В першому випадку, дієслово «alkalize» також натякає на власну назву препарату, тому при перекладі цей чинник також має враховуватись [6, с. 111].

Іншим впливовим мовним засобом в рекламних слоганах є ритм. Завдяки ритму, фрази закарбовуються у пам'яті на підсвідомому рівні. Деякі дослідники навіть висувають гіпотезу, що це безпосередньо пов'язано з тим, що людина починає запам'ятовувати та наслідувати ритм серцебиття в утробі матері [6, с. 112]. Але, на нашу думку, даний тезис не має ніякого наукового підґрунтя. Чіткого ритму можна досягти за допомогою повторення різних звуків або варіації наголошених та ненаголошених складів. В досліджених слоганах знайдено наступний приклад: *Buy It. Sell It. Love It.* (EBay); *Grace, Space, Pace* (Jaguar Cars); *Like a Good Neighbor, State Farm is There* (State Farm insurance). Останній слоган не має яскраво вираженого повторення звуків чи чергування складів. Але фраза

цілковито мелодійна, бездоганно відображає інтонаційні відтінки спікера.

Прикладом алітерації можна вважати вже згаданий слоган від Jaguar Cars. Всі три слова – *Grace, Space, Pace* – мають однакове звукове закінчення.

HEINZ, бренд консервованої запеченої квасолі, був справжнім проривом на ринку завдяки своєму слогану *Beans Meanz Heinz*, але одночасно кропітка праця для перекладача. В даному випадку, слоган містить не тільки алітерацію, але й гру маркетологів з вимовою слів, завдяки якій замінено літери в словах. Саме повторення кінцевих приголосних привертало увагу потенційних клієнтів.

За спостереженням П. Скорупи та Т. Дубовичене асонанс рідко використовують в рекламних слоганах [6, с. 112], проте нам вдалося знайти приклад: *Easy, breezy, beautiful* (Бренд декоративної косметики CoverGirl). В даному випадку, присутнє повторення голосних звуків, де довгий «e» у словах «easy», «breezy» та «beautiful» приємно доповнюється приголосним звуком «g» у самій назві бренду. Легка, навіть природна, співзвучність відображає імідж бренду.

Ще один прийом який використовують рекламодавці це ономапопея. За визначенням Oxford Dictionary, ономапопея – наявність слів, що містять звуки, схожі на описувані шуми, наприклад, шипіння [10]. Такі слова у письмовому тексті, як правило, використовуються для досягнення особливого ефекту. Один з найвідоміших брендів сухих сніданків, *Frosted Flakes*, описує свій продукт слоганом *They're GR-R-R-reat*. Таким чином, тигр, який вигукує слоган, розважає цільову аудиторію, а також виділяє смакові властивості продукту. Інший бренд сухих сніданків *Kellogg's* використовує *Snap, Crackle, Pop*, як наслідування звуків при відкритті пачки та насипанні кукурудзяних пластівців в молоко.

Розуміння й сприйняття слогану здебільшого залежить від людини, яка його читає. В такому випадку, оскільки слогани є частиною мови, перекладачу необхідно знати про значення й можливий підтексту. Тому, він має звертати увагу на семантику слогану при перекладі. Серед досліджених англійських слоганів, виявлено використання наступних семантичних властивостей: персоніфікація, порівняння, метафора, гіпербола, полісемія.

Досліджуючи персоніфікацію, Джон Каддон зазначає, що персоніфікація – уособлення або втілення якоїсь якості або абстракції; приписування людських якостей неживим предметам [3, с. 682].

Такий прийом часто використовується в рекламі для створення драматичного ефекту. Потенційний споживач зможе співвіднести себе з рекламованим персоніфікованим об'єктом, краще запам'ятати його. Таким чином змивається кордон між уявним брендом і реальним життям. Наприклад, бренд Future Shop персоніфікує саме майбутнє: See what the future has in store. Також персоніфікацію знайдено в слоганах Bailey's Irish Cream – Baileys. Let your senses guide you; Nescafe Cappuccino – Great Cappuccino just came home.

Порівняння змушують адресата на підсвідомому рівні оцінювати якості товару порівняно з будь-чим. Вони чіпляють аудиторію, оскільки пробуджують асоціації та конкретніше описують бренд. Наприклад, продукти Dell Technologies Inc. одразу асоціюються з легкістю в використанні, оскільки маркетологи в слогані підкреслюють – Easy as Dell. Також, в низці слоганів було виявлено інший приклад: Nothing runs like a deer (Deere & Company).

Метафора в слоганах дозволяє реципієнту виділити рекламований об'єкт за допомогою іншого об'єкту. До того ж, в більшості випадків, метафора надає тексту естетичності й невимуженості. Знайдено такі випадки вживання метафори: It gives you wings (Red Bull); Royal is my race (Clan Gregor Vodka).

Катерина Мачульська наголошує, що в рекламних слоганах часто вдаються до гіперболи, щоб підкреслити винятковість товару. Перебільшення це вдалий варіант ідеалізувати продукт чи послугу. Проте авторам таких слоганів варто бути обережним із художнім перебільшенням, щоб не справити враження занадто настирливого навіювання й тим самим не відштовхнути покупців [2, с. 39]. В низці досліджених англійських слоганів знайдено такі приклади гіперболи: Probably The Best Beer In The World (Carlsberg); What's the Worst That Could Happen? (Dr Pepper); Made from the best stuff on Earth (Snapple).

Микола Гуменний та Катерина Мулик зазначають, що типовою в англійських слоганах є гра з багатозначністю слів, каламбурами, загальновідомими фразами, ідіомами тощо. Впливові слогани можуть містити нові значення, що одразу привертає увагу реципієнта [1, с. 172]. Наприклад, яскраво виражена гра слів в слогані Shave time. Shave money. (Dollar Shave Club). Тут поєднано найбільші переваги: низьку вартість та надзвичайну зручність, до того ж гра save – shave надає легкого тону та гумору, завдяки чому бренд став відомим.

«Enjoy the royal treatment» – так звучить слоган одного з найпопулярніших брендів морозива Magnum. Вживання «royal» є лексично неоднозначним, оскільки воно може означати «який має статус короля або королеви» та «розкішний». Королівський окреслює такий, що має статус короля або королеви, пов'язаний з дорогими товарами вищої якості та розкішним стилем життя. Це морозиво є досить дорогим у порівнянні з іншими брендами морозива, але цілком виправдано з огляду на закладений сенс, який створює відчуття розкоші в кожному шматочку морозива.

На граматичному рівні, маркетологи надають перевагу простим, називним реченням, зазвичай вжитим в теперішньому часі, наприклад The Breakfast of Champions (Wheaties). Також, простежено тенденцію вживання імперативу, переважають речення з дієсловом у другій особі: Just Do It (Nike); Taste the rainbow (Skittles); Have it your way (Burger King). Такі засоби полегшують сприйняття та умовно наближають бренд до реципієнта, створюють враження «особистого контакту».

Хоча слогани досить невеликі за обсягом, вони зазвичай створюють проблему для перекладу через свої екстралінгвістичні особливості [11, с. 42]. Автори реклам намагаються створити ілюзію особистого спілкування з реципієнтом, зробити текст більш емоційним, як при усному спілкуванні, що встановлює контакт з адресатом. Зазвичай, такий ефект досягається за допомогою використання займенника другої особи, поставлення питання та відповіді на нього та прийомів для посилення емоційності.

Якщо деякі перекладацькі помилки відносно нешкідливі, все ж таки наслідки можуть бути набагато серйознішими. Вони можуть вплинути на імідж компанії та справити погане враження. Яскравим прикладом невдалого перекладу англійського слогану постає компанія безалкогольних напоїв Pepsi. Коли компанія спробувала перекласти свій слоган «Come alive with Pepsi» на китайську мову, він перетворився на «Pepsi повертає ваших предків з мертвих». Цей тип помилок перекладу може не тільки вплинути на продажі, але й зашкодити іміджу бренду. У довгостроковій перспективі аудиторія запам'ятовує «комічний» переклад, а ребрендинг може обійтися компанії дуже дорого.

При перекладі англійських слоганів на українську мову, основна проблема полягає в об'ємі перекладеного тексту, який виходить значно більшим, оскільки ті значення, які в англійській виражені граматично, українською передаються

описово, що іноді перевантажує текст. Лексичні конструкції легше відтворити, оскільки є можливість підібрати влучний еквівалент [11, с. 42]. Проте через застосування маркетологами різних психолінгвістичних засобів для виділення бренду серед інших та легкого запам'ятовування товару чи послуги, при перекладі художніх засобів перекладач має приділяти особливу увагу. Оскільки не завжди вдається підібрати точний еквівалент, перекладачі вдаються до трансформацій чи адаптацій.

Серед лексичних трансформацій можна виділити наступні: диференціація та конкретизація, генералізація значення, смисловий розвиток, цілісне перетворення та компенсація. Найчастіше перекладачі вдаються до смислового розвитку, що дозволяє зберегти образність мови оригіналу в перекладі.

Працюючи над перекладом слогану спеціаліст має враховувати культурні відмінності, особливості сприйняття реальності, традиції, цінності властиві певній культурі, народу, суспільству.

Особливий виклик для перекладача складають переклади каламбурів вживані в рекламних слоганах. Якщо їх прибирати, текст втрачає певні властивості, а інколи втрачає й сенс. В даному випадку не існує конкретної стратегії перекладу через різні мовні засоби. Таким чином, перекладач стає автором тексту, який намагається відтворити оригінальність вихідного тексту в іншій формі, яка може мати такий же вплив на читачів цільового тексту [4, с. 8].

Для оптимізації перекладу пропонується знаходити легкі, неперевантажені конструкції, які притаманні українській мові.

Висновки і пропозиції. Підбиваючи підсумки, можна стверджувати, що в сучасній англомовній стратегії створення рекламних слоганів, маркетологи вдаються до лінгвістичних особливостей

на лексичному, семантичному та граматичному рівнях з метою зацікавити потенційного клієнта, налаштувати його придбати товар, запам'ятатись, полегшити сприйняття реклами. Для рекламодавців також важливо, аби слоган описував бренд, викликав сприятливі асоціації та вирізняв компанію серед конкурентів.

Серед найчастіше вживаних лінгвістичних засобів знайдено римування, ритм, алітерацію, звуконаслідування. Серед стилістичних особливостей досліджено персоніфікацію, порівняння, метафору та гіперболу. На граматичному рівні переважають прості конструкції, які зазвичай використовують в теперішньому часі або в імперативі. Помічено тенденцію використання односкладних називних речень. Такі засоби не тільки сприяють запам'ятовуванню й подальшому відтворенню, але й створюють особливий зв'язок між адресантом та адресатом. Завдяки неважким для сприйняття конструкціям, створюється ефект невимушеної бесіди, де рекламодавець, як друг, дає пораду купити товар.

Досліджено складнощі, з якими стикається перекладач при інтерпретації англомовних слоганів. Дуже часто, це пов'язано з відмінностями в культурі й світосприйнятті. Інколи, перешкодою в перекладі постає полісемія. Гра слів, або гра сенсів, змушують перекладача як не зовсім перероблювати, так адаптувати текст перекладу під нового реципієнта. Через структурні відмінності мови, текст перекладу може сильно відрізнятися за розміром від тексту оригіналу, проте сенс й впливова складова можуть залишатись.

Перспектива подальших досліджень полягає в оптимізації перекладу англомовних рекламних слоганів українською мовою за допомогою використання неперевантажених конструкцій, притаманних українській мові без вдавання в буквальний переклад.

Список літератури:

1. Гуменний М. К., Мулик К. Особливості перекладу англійських рекламних слоганів українською мовою: науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки: зб. наук. праць. Одеса : Астропринт, 2019. № 29. с. 169–183.
2. Мачульська К. Я. Стилiстичнi засоби в рекламних слоганах Інтернет-магазинiв: науковий вiсник Схiдноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. 2016. с. 38–41.
3. Cuddon, J. A. 1999. The Penguin dictionary of literary terms and literary theory. London: Penguin Books Ltd, 682 p.
4. Dan (Nădrag) L. Techniques for the translation of advertising slogans: Discourse As A Form Of Multiculturalism In Literature And Communication Section: Communication and Public Relations, 2015, 8 p.
5. Ding, X. (2003). Stylistic Features of the Advertising Slogan. Accessed on 10 January 2014. URL: <http://www.translationdirectory.com/article49.htm>
6. Dubovičienė T., Skorupa P. Linguistic Characteristics of Commercial and Social Advertising Slogans, 108–118 p.

7. Kohli, C., Leuthesser, L., Suri, R. (2007). Got slogan? Guidelines for creating effective slogans. *Journal of Business Horizon*, p. 415–422.
8. Sharp Harold S. Advertising slogans of America, 5.
9. Sherif M. The psychology of slogans: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1937, 32, p. 450–461.
10. The Oxford Advanced Learner's Dictionary, Definition of onomatopoeia noun.
11. Zembytska M., Mazur Y. Stylistic features of English advertising slogans: scientific journal of the Lviv State University of Life Safety "Philological Periodical of Lviv". No 4, 2018, p. 39–43.

Hniedkova O. H., Zyhar A. R. LINGUISTIC METHODS OF INFLUENCE IN ENGLISH ADVERTISING SLOGANS

The article is devoted to the linguistic features of English-language slogans that are most frequently used in commercial advertising. The desire to distinguish their brand from others in the market forces advertisers to invest a lot of capital in an advertising campaign, a part of which is always a slogan. It contains the main idea of a company that is promoting its brand. Due to the large scale of the niche and rapid changes in the recipients' needs, marketers resort to various methods of influence with the help of lexical, grammatical, and semantic features. The translator faces the problem to successfully translate the slogan without losing important influential elements and for obtaining the desired result.

When studying English-language slogans, the author describes the following sound techniques: rhyme, rhythm, alliteration, onomatopoeia, etc. The presence of one of the techniques guarantees the influence on the recipient, as it distinguishes the brand, helps to remember it, and encourages to buy the advertised product. Stylistic techniques usually include personification, simile, metaphor, and hyperbole. This usage creates a special effect, adds aesthetics to the product, and also blurs the boundaries between the brand and reality, that is, it brings the advertiser closer to the audience.

To choose a translation method, it is necessary to correctly interpret the original text. As a rule, thoughtless literal translation or tracing method lead to erroneous translation and ruins the reputation of the advertiser. Consequently, the translator becomes an artist of the new text and is responsible for the result of the investment in advertising.

The article outlines the difficulties of translating English-language slogans into Ukrainian. Usually, this is due to different perceptions of the world and cultural peculiarities. Also, the adaptation of linguistic realities and structures, which are often very different in the source language from the translation language, can be problematic.

Key words: advertising, English advertising slogans, linguistic methods of influence, translation problems, translation transformations.

Гнедкова О. Г.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Карпенко З. О.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

КАЛАМБУР ЯК ЕФЕКТ КОМІЧНОСТІ В АУДІО-МЕДІАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

Статтю присвячено «каламбуру» як одному з найпоширеніших стилістичних прийомів використовуваному в аудіо-медіальних текстах. Розглянуто визначення терміну «комічне» і виокремлено типологію текстів. Визначено, що аудіо-медіальний текст – це повідомлення, викладене у будь-якому вигляді і жанрі кінематографії. Складовими компонентами аудіо-медіального тексту є рухомі та статичні образи, що здійснюються у письмовій та усній мові, музиці, шумових ефектах тощо. Таким чином, аудіо-медіальний текст традиційно поділяється на лінгвістичний і нелінгвістичний.

Каламбур часто застосовується в повсякденному житті. Медіа, телебачення та газети використовують каламбури з розважальною метою або щоб висвітлити певну проблему іронічним, саркастичним або гумористичним способом.

В статті розглянуто будову «каламбуру»: ядро та базисний контекст, який створює умови реалізації елементів ядра в мовній грі. Каламбури можуть бути побудовані на омонімічній та ідіоматичній основі, але дуже рідко можна віднести каламбур лише до одного типу: часто омонімічний каламбур також може бути пов'язаний з полісемією, лексичний – з фонетикою тощо. Говорячи про роль каламбуру у тексті, поділяємо його на такі види: каламбур як елемент тексту; каламбур як заголовок та каламбур як самостійний твір. Встановлено, що, не дивлячись на потребу і постійні намагання науковців створити уніфіковану класифікацію каламбуру, єдиної, загальноприйнятої досі не існує. Визначено, що основним дискусійним питанням поміж науковців залишається питання тотожності понять «мовна гра» та «каламбур». Встановлено, що різницею між каламбуром та грою слів є те, що в каламбурі обидва значення одного звукового слова (словосполучення) реалізуються одночасно, а в грі слів – послідовно. Каламбур як стилістичний прийом є одним з різновидів мовної гри, до якої також відносять зевгму, паліндром, шараду тощо.

Ключові слова: комічне, аудіо-медіальний текст, каламбур, типологія каламбуру, мовна гра.

Постановка проблеми. Завдяки невинному розвитку новітніх технологій, активної міжкультурної комунікації, на сучасному етапі людство має необмежений доступ до світової кінопродукції. Все більшу популярність в нашій країні набувають англomовні комедійні серіали, які відрізняються актуальною, живою мовою, наповненні великою кількістю діалогів та жартів на одиницю часу, а також характеризуються широким використанням такого засобу мови, як «гра слів».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню цього мовного явища приділяють увагу як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед яких: Сергій Влахов, Сідер Флорін, Джеймс Браун, Дірк Делабастаті та інші, проте даний прийом досі вважається недостатньо дослідженим.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз комічного ефекту каламбуру в аудіо-медіальних

текстах. Актуальність статті зумовлена тим, що, незважаючи на інтерес науковців до даного стилістичного прийому, ще не до кінця визначена і не зрозуміла природа каламбуру.

Виклад основного матеріалу. Мова – це багатий арсенал засобів висміювання і комізму. «Комічне – це суспільно значуще життєве протиріччя (мети – засобам, форми – змісту, дії – обставинам, сутності – її проявам, причини – наслідкам, дії – результатам, сутності – її проявам, причини – наслідкам, дії – результатам, старого – новому, реальності – уявленням про неї і т. ін.), яке в мистецтві виступає об'єктом особливої емоційно насиченої естетичної критики – осміяння» [10, с. 12]. Оскільки предмет комічного – людина, вона різною мірою зображена в різноманітних видах мистецтва. Найбільш сприятливою для універсальної природи комічного вважають

художню літературу, серіали, кіномистецтво, де на комічному засновано найбільш ігровий вид драми – комедія.

Текст, з точки зору дослідників в галузі лінгвістики, традиційно розглядають як основну одиницю перекладу, тому серед основних проблем перекладу перекладачі виділяють побудову тексту, його розуміння та аналіз. Формулюючи визначення поняття текст, науковці мають спільну думку: це мовленнєвий твір, який використовують задля здійснення вербальної комунікації. Основа побудови та розуміння висловлювань – лінгвістичні та екстралінгвістичні чинники. Отже, текст – це складне структурне та смислове ціле з потужним комунікативним потенціалом. Розуміння важливості тексту при перекладі спонукало науковців виокремити типологію текстів, що допоможе відобразити відмінності в загальній стратегії перекладача, різну ступінь відтворення окремих елементів або функцій оригіналу і роль перекладача, як творця тексту перекладу.

Цікавою з точки зору нашого дослідження є типологія текстів, яку запропонувала Катаріна Райс: 1) домінування описової функції, орієнтування на зміст тексту; мета – якомога точніше передати повідомлення; 2) домінування функції вираження – орієнтація на форму (художня література); мета – збереження художньо-естетичного впливу на читача; 3) домінування функції призову – орієнтація на звернення шляхом досягнення екстралінгвістичного ефекту; мета – чітка передача звернення; 4) аудіо-медіальні тексти (тексти радіо- і телебачення). Йдеться про тексти, що зафіксовані у письмовій формі, але надходять до отримувача в усній формі і сприймаються ним на слух, причому екстралінгвістичні допоміжні засоби в різній мірі сприяють реалізації змішаної літературної форми. Аудіо-медіальний тип текстів авторка поділяє на три підгрупи: 1) тексти, що поширюються за допомогою радіо та телебачення (радіокоментарі, повідомлення, радіоп'єси, телепостановки, кінофільми); 2) тексти, що утворюють єдність з музикою; 3) всі сценічні твори [14].

З огляду на мету нашого дослідження нас цікавить четвертий тип текстів – аудіо-медіальний.

Розглянемо визначення поняття «аудіо-медіальний текст», поданого сучасними науковцями. Так, відомий філолог Андрій Федоров вважає такий текст «повідомленням, що містить інформацію і викладене в будь-якому вигляді і жанрі кінематографа (ігровий, документальний, анімаційний, навчальний, науково-популярний)» [18, с. 36]. Юрій Цив'ян вважає в фільмах

послідовність безперервних фрагментів тексту, яку і називає аудіо-медіальним текстом. Це явище являє собою «ланцюжок кадрів. <...> Таким чином, якість повідомлення, властиве аудіо-медіальному тексту, може бути виявлено лише після розгляду як мінімум двох кадрів і з'ясування, який з типів приєднання вони здійснюють» [19, с. 109-111]. Науковець робить висновок про те, що одиницею аудіо-медіального тексту виступає «пара кадрів, назвемо її базовим ланцюжком, або базовою синтагмою аудіо-медіального тексту» [там само].

Дослідники погоджуються, що складовими компонентами аудіо-медіального тексту є статичні і рухомі образи, що реалізуються в письмовій та усній мові, музиці, шумових ефектах. Всі ці елементи знаходяться в нерозривній єдності і формують цілісний характер аудіо-медіального тексту. Генріх Готтліб позначає наявність двох семіотичних систем: вербальної і невербальної, які представлено звуковими і візуальними знаками. До вербальних звукових знаків автор відносить мову персонажів, закадрову мову, тексти пісень, а до візуальних – текстові титри, написи, як частина інтер'єру або реквізиту. Невербальні звукові знаки, на його думку, представлені природними і технічними шумами, музикою, звуковими ефектами, а візуальні – образами персонажів, пейзажем, інтер'єром, використовуваними спецефектами [4, с. 245]. Отже, аудіо-медіальний текст представлений сукупністю лінгвістичних і нелінгвістичних звукових та візуальних знаків.

Отже, специфіка аудіо-медіального тексту полягає у взаємодії ряду семіотичних кодів (мови, звуків, жестів, міміки, декорацій тощо), які формують значення кінематографічних творів і визначають природу його впливу на цільову аудиторію. Як підкреслює Юрій Лотман, глядач, як адресат кінофільму і учасник художньої інтеракції отримує інформацію не тільки з вербального повідомлення, але і в результаті взаємодії одиниць різних систем. Значення мають не тільки слова і фрази, а й деталі кадру, освітлення, ракурс, план, музичний супровід, монтаж [12, с. 90].

Такий стилістичний прийом як «каламбур» (інші назви – «гра слів» або «мовна гра») привертає до себе увагу науковців ще з середини ХХ ст. Основним дискусійним питанням поміж лінгвістів лишається питання еквівалентності понять «каламбур» та «мовна гра»: одні є прибічниками думки про те, що ці поняття – синонімічні назви одного стилістичного прийому, а інші вважають, що ці терміни мають деякі розбіжності в своїх визначеннях (вважається, що «мовна гра» має

ширше значення, ніж «каламбур»). Спробуємо дослідити ці думки науковців.

Відомо, що вперше термін «мовна гра» було використано в середині ХХ століття у праці австрійського філософа Людвіга Вітгенштейна «Філософські дослідження», де автор надав цьому терміну наукове обґрунтування. Під цим терміном він розумів «єдине ціле: мови та дії, з якими вона переплітається» [8, ст. 82]. Згідно з його теорією, «мовна гра» представляє собою певну модель комунікації або структури тексту, в якій слова вживаються тільки в певному сенсі. В літературознавчій енциклопедії знаходимо таке визначення: «гра слів – використання звукової, граматичної форми мовних одиниць для створення несподіваних фонетичних та семантико-стилістичних ефектів, що базується на обігруванні суголосся слів при відмінностях у їх значеннях» [11, с.239]. Мовна гра задовольняє психоемоційні потреби та доставляє естетичне задоволення. Граючи з формою мовлення, мовець може посилити його виразність, створити комічний ефект або сприяти утворенню нових слів, тим самим збагачуючи мову.

Розглянемо погляди науковців на таке мовне явище як «каламбур». Розпочнемо з визначень поданих в існуючих тлумачних словниках. Тлумачні словники подають такі визначення: «Каламбур – дотеп, в основі якого лежить використання різних значень якогось одного слова або кількох різних слів, схожих за звучанням» [6]. «Каламбур – дотепна гра слів, побудована переважно на гумористично-пародійному використанні різних значень того самого слова» [16]. «Каламбур – зазвичай жаргівливе використання слова таким чином, щоб натякнути на два або більше його значення або значення іншого, схожого за звучанням, слова» [5].

Серед українських вчених, одним з перших, хто зосередився на дослідженні проблеми класифікації та відтворення каламбуру, був А. А. Щербіна. У своїй праці науковець зазначає, що каламбур – це «комічна гра значень та звучання слів» [20, с. 6] та виділяє наступні його елементи: багатозначність, співзвучність та схожі мовні явища [20, с. 14].

Олександр Тараненко в своїй статті «Гра слів» наполягає на тому, що гра слів не рівноцінна поняттю каламбуру. «Гра слів – це спеціальне використання звукової, лексичної або граматичної форми слів, а також частин слів, фразеологізмів, синтаксичних конструкцій для створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтуються на зіставленні й переосмисленні, обігруванні близькозвучних або однозвучних мовних

одиниць з різними значеннями» [17, с. 67]. Автор вважає, що каламбур – це один з різновидів гри слів, який полягає у створенні комічно-сатиричного ефекту. Кембріджський словник надає термінам «каламбур» (pun) та «гра слів» (play on words) однакову дефініцію. Дійсно, ці поняття схожі за структурою, двозначністю, ефектом обманутого очікування, лінгвістичною основою, обидва стилістичних прийоми створюють ефект комізму. Все це є причиною того, що більшість дослідників не розрізняють стилістичні прийоми «гра слів» і «каламбур».

Проаналізувавши погляди дослідників, ми схилиємося до думки, що ці поняття не є тотожними: відмінність каламбуру і гри слів слід шукати в сприйнятті їх семантичної основи. Підтвердженням цього є дослідження Лариси Сазонової за темою «Закономірності передачі каламбуру при перекладі художньої літератури». Авторка підкреслює, що семантичну основу цих стилістичних прийомів становить двозначність. І для каламбуру, і для гри слів письменник створює такий контекст, який уможливує двопланове осмислення одного або декількох слів (словосполучень). Проте в грі слів два значення одного слова (словосполучення) реалізуються послідовно, а в каламбурі – одночасно. «Каламбур – це прийом, заснований на поєднаному баченні двох картин, на їх несподіваному поєднанні, а при грі слів відбувається поетапна зміна асоціацій, без їх змішування. Різниця в механізмі сприйняття впливає на синтаксичне оформлення розглянутих стилістичних прийомів. У грі слів кожен з планів сприйняття має своє окреме словесне вираження, які сприймаються послідовно» [15, с. 16]. Обидва стилістичні прийоми є, в свою чергу, різновидами широкого поняття мовної гри, яка, крім названих, включає в себе величезний потенціал всіляких ігор з мовою: зевгму, шараду, паліндром і інше.

Резюмуючи подані дефініції, можемо зробити висновок, що каламбур це один з видів гри слів, що побудований на зіткненні звичного звучання з незвичним і несподіваним значенням задля створення ефекту комізму. Саме цим він і відрізняється від гри слів, яку використовують не тільки з цією метою. Наприклад, речення «Йшов дощ і два студента» читач може спочатку помилково прийняти за каламбур через стилістичні та логічні невідповідності, і хоча такий прийом ззовні має вигляд каламбуру, він не являється ним: цей вираз не викликає посмішки на обличчі. Такий стилістичний прийом мовознавці називають зевгмою – прийом, в якому два або більше однорідних члена

речення виступають як додаток до одного дієслова, з яким вони не можуть одночасно поєднуватися синтагматично. Зовнішні форми у зевгми та каламбуру однакові, проте призначення в них різні – на відміну від каламбуру, зевгма не має на меті створення комічного ефекту.

Каламбури можуть бути побудовані на ідіоматичній (фразеологічній) та омонімічній (абсолютній, графічній, фонетичній, лексичній) основі. Але такий поділ доволі умовний, оскільки каламбур зазвичай можна віднести до декількох груп одночасно: лексичний каламбур також може бути пов'язаний з фонетикою, омонімічний – з полісемією тощо.

Каламбури виникають, коли співзвучні слова або різні значення одного слова використовуються так, що реципієнт одночасно сприймає обидва значення фрази, одне з яких застає його зненацька, що й викликає сміх. Джеймс Браун у своїй праці зазначив, що обов'язковою умовою для реалізації каламбуру є контекст, який має бути побудований певним чином, якщо каламбур ґрунтується на певному слові [1, с. 14].

Розглянемо структуру каламбуру з точки зору різних дослідників. Науковець Дінхарт стверджує, що всі каламбури складаються з двох частин: перша – початковий текст, в якому мовець подає ряд мовних одиниць; з нього слухач мусить здогадатися про другу частину – комічність цього тексту [3]. Пізніше з'являється теорія, що каламбур має в основі два складника: ядро та контекст. Ядро – це ті два компоненти, що мають однакову або схожу фонетичну або графічну форму, але різні за значенням; а контекст – простір, який створює умови для уможливлення реалізації компонентів ядра. Перший, опорний компонент (стимулятор) такого подвійного утворення являє собою лексичну основу, що задає певні орфоепічні чи слововживанні норми для подальшої гри слів. Другий компонент конструкції (базисний) є завершенням каламбуру. Лише після його реалізації можливе ментальне співвіднесення з опорним компонентом-стимулом, на основі чого виникає комічний ефект.

Отже, можна зробити наступний висновок. Суть каламбуру полягає в непередбачуваному поєднанні двох несумісних значень в одній графічній формі, а ефект несподіванки забезпечує каламбур успіх. Реципієнт одночасно сприймає два значення, одне з яких стає неочікуваним.

Задля отримання більш повної картини сутності каламбуру та зручності ретельнішого його вивчення вченим необхідно було виокремити

типи цього мовного явища. Сьогодні існують різноманітні класифікації каламбурів. Перша спроба належить німецькому лінгвісту Л. Райнерсу. Він визначив чотири форми каламбуру: 1) гра слів, на основі двозначності одного слова; 2) гра слів, на основі співзвучності двох слів; 3) гра слів, при якій тільки частина одного слова схожа з іншим; 4) гра слів, при якій подібність звучання досягається за допомогою перевертання речення [20]. Відомий дослідник каламбуру, бельгієць Д. Делабастіта виділяє два типи каламбурів – горизонтальний та вертикальний. При горизонтальному каламбурі багатозначна мовна одиниця з'являється в тексті декілька раз, спочатку з одним значенням, а потім – з іншим. Вертикальний каламбур, в свою чергу, реалізує кілька значень мовної одиниці, вживаючи її лише один раз [2, с.194]. Розповсюджена класифікація представлена С. П. Флорінім та С. І. Влаховим, за трьома категоріями: 1) ті, що мають фонетичну основу; 2) ті, що мають лексичну основу; 3) ті, що побудовані на фразеологізмах [9, с. 292]. Розглянемо її більш детально. Існування фонетичного рівня пояснюється тим, що задля передачі каламбуру з мови оригіналу мовою перекладу, потрібно підшукати нову мовну форму, тобто перевирозити саму форму оригіналу – фонетичну і / або графічну. Прикладами омофонів (співзвуччя) в українській мові можуть бути слова греби (дієслово) – гриби (іменник); спитьсся (дієслово) – спиця (іменник). Омофони в англійській мові – board (дошка) – bored (звужений); right (правий) – write (писати). Але такі пари слів, як, наприклад, sheep (вівця) – ship (корабель) не є омофонами, оскільки голосні звуки в цих словах відрізняються довготою. Прикладом омофонічного каламбуру можна привести наступний жарт: «*Yesterday I accidentally swallowed some food colouring. The doctor says I'm OK, but I feel like I've dyed a little inside*». Він заснований на співзвучності дієслів die (померти) та dye (пофарбувати). Таким чином, речення можна перекласти як «здається, я помер всередині», так і «здається, я пофарбувався всередині». До омофонічних каламбурів також відносять пароніми – слова, близькі за звучанням, але різних за значенням. Приклад в українській мові – громадський (що стосується суспільства, громади чи окремого колективу) та громадянський (що стосується громадянина як члена суспільства). Англійський приклад – есопоміс (економічний) та есопомікал (економний). Паронімічний каламбур створюється за рахунок зіткнення двох значень слів – прямого (нейтрального) та переносного (іронічного).

«Він вважав себе людиною поверхневою. Любив поверхні. Почувався на них впевнено». Друга категорія каламбурів – лексична. Сергій Влахов та Сергій Флорін надають класифікацію каламбурів на лексичному рівні: 1) гра слів, заснована на їх «уламках» (засновані на співзвуччі) – це звукова схожість слів, семантика яких «дотепно перехрещується» [9, с. 51] 2) Каламбури, засновані на багатозначності (полісемії). Полісемія (від грецького слова «poly» – багато і «sema» – знак) – наявність у одного і того самого слова кількох лексичних значень; багатозначність [6]. Завдяки полісемії одна і та ж словесна форма може мати різний смисловий зміст, і при реалізації відразу двох значень може виникнути каламбур. На полісемії слова будуються, мабуть, найбільш типові і численні з лексичних каламбурів. Приміром, слово «ключ» в різних контекстах може означати зграю птахів, нотний знак, інструмент тощо. А англійське слово «bright» ми можемо перекласти як «світлий» або «розумний». Деякі слова в англійській мові в різних реченнях можуть виступати різними частинами мови (bear – ведмідь; нести, витримувати). Розглянемо на прикладі: «Where do fish learn to swim? They learn from a school». В даному контексті перше значення слова «school» – школа, проте «school of fish» також перекладається як «зграя риб», що й виступає в цьому прикладі ядром каламбуру. 3) Каламбури засновані на омонімії. Омоніми – слова, які звучать однаково, але мають зовсім різне значення [21]. Омонімія зовнішньо схожа на полісемію, проте за своїм змістом і походженням це різні явища. Омоніми не мають семантичної спільності. Так, англійське «close» може одночасно означати «близько» або «зачинений», в залежності від вимови літери «s». А значення українського слова «гладкий» залежить від його наголосу: глáдкий означає «рівний», але глaдкий – повний. 4) Каламбури, засновані на окказіоналізмах. Л. Кравченко термін «окказіоналізм» визначає як «незвичне, здебільшого експресивно забарвлене слово, утворене на основі наявного у мові слова або словосполучення, іноді з порушенням законів словотворення чи мовної норми, що існує лише в певному контексті, в якому воно виникло» [13, с.142]. Інколи трапляється так, що окказіоналізми стають загальноживаними (як, наприклад, слова «робот» або «чинник», які, будучи спочатку окказіоналізмами, набули статусу загальномовних слів), проте як правило вони не стають одиницею активної лексики, оскільки були доцільні в індивідуальному, навіть одно-разовому, середовищі. 5) Каламбури, засновані

на антонімії/антитезі. Обидва терміни означають «слова, протилежні за значенням», але антоніми відносяться до конкретних слів, а антитеза відноситься до речей та людей. Наприклад, антонім до слова «веселий» це «сумний», в той час як антитеза до «вогонь» – «вода». 6) каламбури засновані на синонімії. 7) Каламбури, засновані на енантісемії – поєднанні протилежних значень в одному слові [7]. Наприклад, англійське слово «chuffed» одночасно може означати «задоволений» та «роздратований»; а «egregious» – «неймовірно погано» і «надзвичайно добре».

Третій тип класифікації каламбурів – фразеологічний. О. О. Щербіна підкреслює той факт, що руйнування фразеологізму є продуктивним джерелом для створення гри слів, коли ідіоматично або просто фразеологічно пов'язані значення слів відриваються від свого фразеологічного середовища, деформуються, змінюються або перетворюються в «вільні» значення [20, с. 58]. Несподіванка і незвичність таких зрушень породжує комічний ефект. Прикладом фразеологічного каламбуру є наступне речення: «I'm pretty sure someone hid the final paragraph of my essay on a shelf I can't reach, but I don't want to jump to conclusions». Фразеологізм «to jump to conclusions» означає «робити поспішні висновки», проте в цьому контексті ми можемо перекласти його дослівно – «стрибати за висновками». Основними показниками фразеологічного каламбуру можна вважати: 1) подвійне його сприйняття; 2) виникнення гумористичного ефекту, зазвичай пов'язаного з ефектом несподіванки.

Нашу увагу привернула класифікація з точки зору стилістичних функцій каламбуру подана в роботі К. А. Кожушко. Так, виокремлюють наступні види: а) каламбур як елемент тексту. В цьому випадку каламбур – це частина цілого, він тісно пов'язаний з вузьким контекстом і залежить від нього. б) каламбур-мініатюра або самостійний твір. Такий каламбур являється закінченим цілим, не залежить від інших елементів; в) каламбур-заголовок. В закордонній пресі каламбури особливо часто використовують як заголовки. Наприклад, статтю про те, як місцевого фермера тероризували декілька видр, журналісти англійської газети «The Daily Telegraph» вирішили назвати «Otter Devastation», що дослівно можна перекласти як «Спустошення, викликане видрами». Каламбур в цьому випадку полягає в тому, що слово «otter» є співзвучним до слова «utter», яке в поєднанні зі словом «devastation» утворює словосполучення, яке перекладається як «повна розруха» або «повне спустошення».

Висновки. Отже, аудіо-медіальний текст – це будь-яке повідомлення, викладене у будь-якому вигляді і жанрі кінематографії. Складовими компонентами аудіо-медіального тексту є рухомі та статичні образи, що здійснюються у письмовій та усній мові, музиці, шумових ефектах тощо. Таким чином, аудіо-медіальний текст поділяється на лінгвістичний і нелінгвістичний.

Каламбур як стилістичний прийом є одним з різновидів мовної гри, до якої також відносимо зевгму, паліндром, шараду тощо. Каламбур часто плутають з грою слів, проте в каламбурі обидва значення одного звукового слова (словосполучення) реалізуються одночасно, а в грі слів – послідовно.

Суть каламбуру полягає в непередбачуваному поєднанні двох несумісних значень в одній гра-

фічній формі, а ефект несподіванки забезпечує каламбуру успіх. Реципієнт одночасно сприймає два значення, одне з яких стає неочікуваним.

Кожен каламбур складається з ядра (двох складових, що об'єднані схожістю фонетичних чи граматичних ознак, але відрізняються за змістом) та контексту, який створює умови реалізації елементів ядра в каламбурі. Каламбури можуть бути побудовані на омонімічній (абсолютній, фонетичній, графічній, лексичній) та ідіоматичній (фразеологічній) основі, але дуже рідко можна віднести каламбур лише до одного типу, часто омонімічний каламбур також може бути пов'язаний з полісемією, лексичний – з фонетикою тощо. Говорячи про роль каламбуру у тексті, поділяємо його на такі види: каламбур як елемент тексту; каламбур як заголовок та каламбур як самостійний твір.

Список літератури:

1. Brown J. Eight Types of Puns. *Transactions and Proceedings of the Modern Language Association of America*. 1956. С. 14–26.
2. Delabastita D. There's a Double Tongue. An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay. Amsterdam, Atlanta: Rodopi, 1993. 522 с.
3. Dienhart, J. M. A linguistic look at riddles. *Journal of Pragmatics*, 1998. 31(1), С. 90–125.
4. Gottlieb H. Subtitling. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* / edited by Baker M. Malmkjaer. С. 244–248.
5. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/pun>
6. Академічний тлумачний словник: Словник української мови [Електронний ресурс]. URL: <http://sum.in.ua/s/>
7. Бодик О. П., Рудакова Т. М. Сучасна українська літературна мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія.: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 416 с.
8. Вітгенштейн Л. Філософські дослідження [Електронний ресурс]. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/vitgen.html>
9. Влахов С. Н. Непереваемое в переводе. Москва: Международные отношения, 1980. 343 с.
10. Калита О. М. Засоби іронії в малій прозі (кінець ХХ – початок ХХІ століття): монографія. Київ : Видавництво НПУ імені М. Р. Драгоманова. 2013. 238 с.
11. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 1 : А Л. 608 с.
12. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 92 с.
13. Мойсієнко А. К., Бас-Кононенко О. В. та ін. Сучасна українська мова: Лексикологія. Фонетика: підручник / за ред А.К. Мойсієнка. Київ : Знання, 2013. 340 с.
14. Райс К. Классификация текстов и методы перевода. *Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике*. Москва : Международные отношения, 1978. С. 202–228.
15. Сазонова Л. А. Закономерности передачи каламбура при переводе художественной литературы. URL: <http://cheloveknauka.com/zakonomernosti-peredachi-kalambura-pri-perevode-hudozhestvennoy-literatury>
16. Словник іншомовних слів Мельничука. URL: <http://slovopedia.org.ua/42/53402/283308.html>
17. Тараненко О. Гра слів [Електронний ресурс] URL: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine50-10.pdf>
18. Федоров А. В. Непереваемое в переводе. *Искусство и образование* 2000. (2). С. 33–38.
19. Цивьян Ю. Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе: труды по знаковым системам. Тарту: Тартуский ун-т, 1984. С. 109–121.
20. Щербіна А.А. Сущность и искусство словесной остроты (каламбура). Киев : Лира, 2008. 45 с.
21. Ющук І. П. Практикум з правопису і граматики української мови. Київ: Освіта, 2012. 270 с.

Hniedkova O. H., Karpenko Z. O. PUN AS A COMIC EFFECT IN AN AUDIOMEDIAL TEXT

This article is dedicated to such a stylistic device as pun and its role in audiomedial text. Definition of 'comic' and typology of texts have been presented. It has been defined that audiomedial text is any message which is presented in any form and any cinematic genre. Audiomedial text compounds static and moving objects in written and spoken language, music, noise effect etc. Thus, audiomedial text can be divided into linguistic and non-linguistic.

Pun is often used in everyday life. Media, TV and newspapers use it for entertainment purposes or to highlight the issue in a sarcastic, ironic or humorous way. Every pun consists of core and context which enables realization of core elements. There are homonymic and idiomatic puns, but it is rare that a pun can be attributed to just one type, as homonymic pun can often be related to a polysemy, a lexical one to phonetics etc. Speaking of the role of pun as an element of the text, we divide it into the following types: pun as an element of the text, pun as a title and pun as an independent work. It has been established that despite the need and constant efforts of scientists to create a unified classification of puns, a universally accepted one still does not exist. It has been established that the main discussion between scientists is the question of the identity of a pun and a wordplay. It has been established that the difference between a pun and a wordplay is that in a pun, both meanings of the word are realized simultaneously, while in a wordplay – consecutively. Pun as a stylistic device is a type of wordplay, which also includes zeugma, palindrome, charade etc.

Key words: comic, audiomedial text, pun, pun typology, wordplay.

Гнедкова О. Г.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Олефіренко К. А.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМОНІМІВ

Фільм є важливою художньою формою: фільми забавляють, наставляють, освітлюють важливі питання і освідчують глядачів. Фільми з різних країн дозволяють пірнути в культуру, побут, традиції та історію іншої країни. Візуальні складові кінострічки не потребують перекладу, адже вони зрозумілі кожному. Але у випадку з назвами кінофільмів, переклад необхідний і спеціаліст має мати чіткі знання лінгвокультурологічної специфіки.

Проблема полягає в тому, що існують різні способи перекладу назв фільмів, і зазвичай вони не збігаються з оригінальними назвами, що, у свою чергу, призводить до соціально-культурних проблем. У зв'язку з інтенсивною американізацією масової культури, високою популярністю та поширенням американського кіно в багатьох країнах світу виникла потреба у якісному перекладі текстів американських художніх фільмів на різні мови. Багато уваги до себе потребує, одна найважливіших складових будь-якого кінопродукту його назва (фільмонім). У даній статті розглядаються стратегії перекладу англomовних фільмонімів українською мовою з урахуванням їх лінгвокультурологічних особливостей. Було виявлено, що на вибір стратегії перекладу впливає низка причин: 1) специфіка початкового тексту (зв'язок кінозаголовку із сюжетом фільму), 2) лінгвоетнічний бар'єр, для подолання якого перекладачі мають застосовувати прагматичну та жанрову адаптації. Незалежно від того, яка стратегія використовується при перекладі з однієї мови на іншу (прямий переклад, переклад з трансформацією або заміна), назва повинна відповідати сюжету, ідейно-філософському змісту та жанру кінострічки, при цьому вона має привертати увагу та залишатись привабливою для майбутнього глядача. За недотримання хоча б однієї з цих умов переклад назви може вважатися неадекватним. І, в такому випадку, перестане виконувати свою атрактивну функцію.

Ключові слова: фільмонім, адекватний переклад, прямий переклад, трансформація, заміна.

Постановка проблеми. У зв'язку з інтенсивною американізацією масової культури, високою популярністю та поширенням американського кінематографа в багатьох країнах світу виникає необхідність якісного перекладу текстів іноземних художніх фільмів різними мовами у тому числі українською. Фільм є важливою художньою формою: фільми забавляють, наставляють, освітлюють важливі питання і освідчують глядачів. Фільми з різних країн дозволяють пірнути в культуру, побут, традиції та історію іншої країни. Візуальні складові кінострічки не потребують перекладу, адже вони зрозумілі кожному. Але у випадку з назвами кінофільмів, переклад необхідний і спеціаліст має мати обширні знання в області лінгвокультурологічної специфіки.

Таким чином, однією з найважливіших складових будь-якого кінопродукту є його назва, яка визначається сучасними лінгвістами як фільмонім.

Назва повинна відображати зміст та художній задум фільму, вона має бути зрозумілою, ємною, інтригуючою для майбутнього глядача, тому при її перекладі важливо не тільки не допустити комунікативного збою, а й врахувати завдання творців кінофільму, у тому числі комерційні. В даний час багато вчених сходяться в одній думці, що будь-який заголовок є частиною культурно-ціннісної інформації. Слово або словосполучення заголовка несе в собі особливий культурний зміст, таким чином, вони є культурологічно маркованими.

Переклад фільмонімів може бути релевантним чи не релевантним, це визначається за допомогою наступних критеріїв: семантичні, стилістичні, естетичні, лінгвокультурологічні. При визначенні якості перекладу важливо враховувати думку представників цільової аудиторії.

У пропонованій статті розглянемо стратегії і тактики перекладу англomовних фільмів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковим теоретико-методологічним підґрунтям роботи слугували наукові праці вітчизняних і закордонних вчених: О. І. Александрової [1], Ю. В. Ваннікова [2], В. Є. Горшкової [3–5], О. В. Жук [6], О. В. Книш [7], І. Г. Мальцевої [8], І. Мілевич [9], О. А. Мінеєва [10], О. Ю. Петрової [11], Ю. М. Подимової [12], С. Nord [13] тощо. Разом з тим теоретичні і практичні питання перекладу фільмонімів у зв'язку з актуалізацією їх прагматичного потенціалу вимагають додаткового розгляду, що визначає актуальність дослідження.

Постановка завдання. Метою даної статті є встановлення основних способів перекладу англomовних фільмонімів українською мовою. Виявити найбільш вживані методи перекладу, визначити використання яких стратегій перекладу актуалізує лінгвокультурологічний аспект.

Виклад основного матеріалу. Будь-яка мова тісно пов'язана з історією її носіїв і зберігає в собі яскравий відбиток особливостей тієї чи іншої національності. Вона постійно змінюється, підлаштовуючись під повсякденне життя, мистецтво, соціальний прогрес і цінності людей; висловлює культуру людей, які говорять на ній.

Особливий інтерес викликає кінематограф. Все більше фільмів виходять останнім часом, тим самим сприяючи розвитку розуміння різних культур, оскільки в фільмах показують ті чи інші риси, властиві певному народу або суспільству. Будь-який товар вимагає хорошої назви, і фільми, як товар, не виняток. Відомо, що фільми, зняті за книгами, коміксами або історичними подіями, які не вимагають особливих зусиль при підборі назви, оскільки назва вже є, і глядачі добре обізнані, про що буде фільм.

Однак існує чимало фільмів, в які автори вкладають геніальну ідею, і ця ідея вимагає лаконічного опису. Цей опис зазвичай розглядається як фільмонім.

Фільмонім – це висловлювання, що репрезентує ситуацію, змодельовану фільмом, її вербально закодованим чином [7, с. 5].

Виділяють ряд вимог до того, щоб фільмонім з успіхом привертав увагу глядача, а саме:

- 1) бути зрозумілим висловлюванням;
- 2) містити в собі основну ідею тексту і не відхилятися від теми;
- 3) бути коректним, легко читаєм;
- 4) порушувати інтереси читачів [3, с. 30].

Розглянувши різні типології фільмонімів, запропоновані дослідниками даної тематики, ми

погоджуємось з розподілом фільмонімів за типологією О. В. Книш:

1. Фільмоніми, що представляють основну тему або проблему, відображені автором у творі. Розуміння теми, заявленої в назві кінострічки, може помітно розширюватися по мірі розвитку сюжету, а сама назва набути символічного значення, наприклад:

- «Шоколад» (*Chocolate*, 2000);
- «Механічний апельсин» (*Clockwork Orange*, 1971) [14, 15].

2. Фільмоніми, що задають сюжетні перспективи твору. Такі назви умовно можна розділити на 2 групи: фабульні, які представляють весь сюжетний ряд і кульмінаційні, які виділяють найважливіший, з точки зору розвитку дії, момент, наприклад:

- «Я вбив дружину-лесбійку, повісив її на м'ясний гак, і тепер у мене контракт з Діснеєм на три фільми» (*I Killed My Lesbian Wife, Hung Her on a Meat Hook, and Now I Have a Three-Picture Deal at Disney*, 1993);

- «Післязавтра» (*The Day after Tomorrow*, 2004).

3.) Персональні фільмоніми, більшість яких – антропоніми, вони надають майбутнім глядачам уявлення про головного героя кінострічки повідомляючи про національність, родову приналежності і соціальний статус, наприклад:

- «Чужий» (*Alien*, 1979);
- «Брехун, брехун» (*Liar, liar*, 1997).

4.) Особливу групу антропонімів становлять імена з «прозорою» внутрішньою формою. Такі заголовки виражають авторську оцінку ще до прочитання або перегляду твору, формують уявлення про зображуваний характер, наприклад:

- «Ганді» (*Gandhi*, 1982);
- «Страсті Христові» (*Passion of the Christ*, 2004).

Найчастіше такого роду назви зустрічаються у фільмах історичного жанру.

5. Фільмоніми, що позначають час і простір. Крім назв часу доби, днів тижня, місяців, час дії може бути позначене датою пов'язаною з історичною подією, наприклад:

- «Сутінки» (*Twilight*, 2008);
- «2012» (*2012*, 2009).

6. Місце дії може бути позначене в назві з різним ступенем конкретності, реальним:

- «Вавилон» (*Babel*, 2006);
- «Миттєвості Нью-Йорка» (*New York minutes*, 2004);

або вигаданим:

- «Сайлент Хілл» (*Silent Hill*, 2006).

Переклад фільмонімів – це непросте завдання, яке мають вирішувати перекладачі. Серед найбільш часто виникаючих проблем можна виокремити наступні:

- 1) проблеми міжкультурної комунікації;
- 2) проблеми, пов'язані з технічними вимогами;
- 3) лінгвістичні проблеми.

Проблеми з міжкультурною комунікацією, як правило, пов'язані з культурою, традиціями і менталітетом людей.

Друга проблема виникає при формі переказу. Відповідно до правил, перекладач використовує певні технічні прийоми, які можуть призвести до відхилення від оригінальної назви, але, в свою чергу, забезпечать досягнення високого рівня еквівалентності.

Причина останньої проблеми пов'язана з мовним оформленням оригіналу на мову перекладу. Через це збільшується функціональне навантаження на конкретну мовну одиницю [12, с. 8].

На думку В. Є. Горшкової, головним завданням перекладача при відтворенні фільмонімів українською є наближення до оригіналу за змістом та суттю. За допомогою методу прямого перекладу перекладається основна більшість назв кінострічок, адже його вважають найбільш точним і адекватним, особливо якщо вони мають у своєму складі власні імена. [6, с. 35]. Дана стратегія була використана в наступних перекладах:

- «Аліта: Бойовий ангел» (*Alita: Battle Angel*, 2019);
- «Мільйон маленьких шматочків» (*A Million Little Pieces*, 2019);
- «Аеронавти» (*The Aeronauts*, 2019);
- «Фантастичні тварини: Злочини Грін-де-Вальда» (*Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald*, 2018);
- «Зірка народилася» (*A Star Is Born*, 2018);
- «Фокус» (*Focus*, 2015);
- «Зоряні війни: Пробудження Сили» (*Star Wars: The Force Awakens*, 2015);
- «Син Саула» (*Son of Saul*, 2015);
- «12 років рабства» (*12 Years a Slave*, 2013);
- «Гарфілд» (*Garfield*, 2004) [14, 15].

Метафоричне значення відображене в фільмонімах також вдається перекласти послівно. Проаналізувавши різні види перекладів фільмонімів ми дійшли висновку про те, що основна трансформація відбувається на синтаксичному та морфологічному рівнях, а найменш схильними до змін є лексико-граматичні та семантичні структури.

Слід зазначити, що прямий переклад найчастіше застосовується при перекладі фільмонімів,

що включають в себе прецедентний феномен, до цього входять назви книг, за якими було знято кінострічку і назви яких вже адаптували українською мовою ще до виходу їх екранізацій.

Прямий переклад недоречно застосовувати при перекладі фразеологічних виразів, що характеризуються ідіоматичністю значення. Це зумовлено неможливістю розкласти за смыслом слова-компоненти [11, с. 27].

За наявності у назві неперекладних культурно специфічних елементів більш доречною є стратегія перекладу із трансформацією чи повною заміною. Як показало дослідження, трансформація фільмонімів при перекладі українською мовою часто відбувається за загальним лексико-граматичним принципом [13, с. 271]. Тим не менш, ряд прикладів перекладу з трансформації цією та заміною вказує на те, що українські перекладачі прагнуть повноцінної передачі рідною мовою всього змістовного плану фільмоніма [8, с. 58].

Трансформація назви буває часткова і повна. Вона може бути обумовлена різними проблемами: лексичними, стилістичними, функціональними, прагматичними. [2, с. 104] Основні види таких трансформацій:

- додавання: «Хоробре серце» (*Brave*, 2012), «Суддя Дредд» (*Dredd*, 2012);
- контекстуальна заміна: «Люди Ікс: Дні минулого майбутнього» (*X-men: Days of Future Past*, 2014), «Народжені на волі» (*Born to Be Wild*, 2011);
- опущення: «Мисливці на відьом» (*Hansel & Gretel: Witch Hunters*, 2012), «Зникла» (*Gone Girl*, 2014) [14, 15].

Також українські перекладачі вдаються до даної стратегії для маркетингового ходу, головне завдання якого – привернути увагу реципієнта.

Фільмоніми перекладені за допомогою граматичної трансформації, можна поділити на 2 групи: фільмоніми, перекладені за допомогою морфологічної трансформації, і фільмоніми, перекладені за допомогою синтаксичної трансформації [10, с. 44].

Морфологічні трансформації були використані при перекладі таких фільмонімів:

- «Зло» (*Malicious*, 2018);
- «Бетмен проти Супермена: На зорі справедливості» (*Batman v Superman: Dawn of Justice*, 2016);
- «Джейн бере рушницю» (*Jane Got a Gun*, 2015);
- «Рівні» (*Equals*, 2015), «Шпигунський міст» (*Bridge of Spies*, 2015);
- «Зникнення Елеанор Рігбі: Вони» (*The Disappearance of Eleanor Rigby: Them*, 2014);

– «Людина листопада» (*The November Man*, 2014);

– «Побічний ефект» (*Side Effects*, 2013);

– «Вона» (*Her*, 2013) [14, 15].

О. В. Книш звертає увагу на те, що найчастіше вживаними прийомами для синтаксичних трансформацій виявились: зміна типу речення, транспозиція, додавання і опущення [7, с. 10]. Внаслідок проведеного дослідницею аналізу було виявлено, що прийом синтаксичної трансформації при перекладі фільмонімів застосовується, як правило, з огляду на відмінності граматичного ладу і особливостей англійської та української мов. Яскравим прикладом є різниця в необхідності дотримання певного порядку слів, а також використання іменників у ролі прикметників. У таких конструкціях широко застосовується транспозиція:

– «Кролик Пітер» (*Peter Rabbit*, 2018);

– «Світ майбутнього» (*Future World*, 2018);

– «Месники: Війна нескінченності» (*Avengers: Infinity War*, 2018);

– «Колесо чудес» (*Wonder Wheel*, 2017);

– «Статус Бреда» (*Brad's Status*, 2017);

– «Той, що біжить по лезу 2049» (*Blade Runner 2049*, 2017);

– «Счастливого дня смерти» (*Happy Death Day*, 2017);

– «Зроблено в Америці» (*American Made*, 2017);

– «Університет монстрів» (*Monsters University*, 2013);

– «Далласський клуб покупців» (*Dallas Buyers Club*, 2013);

– «Серфер душі» (*Soul Surfer*, 2011) [14, 15].

Наведені нами приклади, з позиції перекладу, можуть вважатись адекватними і використовуються з метою наближення назви під норми мови-реципієнта.

Логіко-семантична трансформація була використана при перекладі таких фільмонімів, як:

– «Повернення Бена» (*Ben Is Back*, 2018);

– «Батьки легкої поведінки» (*Drunk Parents*, 2018);

– «Фільм Страшилки 2: Привиди Хелловіна» (*Goosebumps 2: Haunted Halloween*, 2018);

– «Будинок навпроти» (*The Neighbor*, 2016);

– «Фантастичні звірі і де вони мешкають» (*Fantastic Beasts and Where to Find Them*, 2016);

– «Під маскою жигало» (*Fading Gigolo*, 2013);

– «Змінюючи реальність» (*The Adjustment Bureau*, 2013) [14, 15].

За допомогою прийому змішаної трансформації були переведені назви, такі як:

– «Дуже погані матусі» (*Bad Moms*, 2016);

– «Безрідні звірі» (*Beasts of No Nation*, 2015);

– «24 години: Живи ще один день» (*24: Live Another Day*, 2014);

– «Чужі діти» (*An unexpected family*, 2013);

– «Тепло наших тіл» (*Warm Bodies*, 2013);

– «7 днів і ночей з Мерилін» (*My week with Marilyn*, 2011);

– «Народжені бути вільними» (*Born to be Wild*, 2011);

– «Дорослі іграшки» (*Hysteria*, 2010) [14, 15].

Інший метод, який також часто вживається – заміна назви. Існують різні причини, при яких перекладачі змінюють заголовки фільмів. Наприклад:

– «Ілюзія обману» (*Now you see me*, 2013);

Ми бачимо, що переклад фільму був повністю замінений, це пояснюється тим, що герої фільму – відомі ілюзіоністи, які влаштували фантастичне шоу, заманювали людей і грабували їх за допомогою своїх фокусів. І артисти часто вимовляли фразу: «Now you see me», тому американський варіант фільму повністю підтверджує основну думку картини, але українські перекладачі порахували, що ця фраза не є суттю сюжету, тому змінили назву.

– «Нокдаун» (*Cinderella man*, 2005);

Назва повністю відрізняється від оригіналу. Кінокартина розповідає нам про боксера, на прізвище «Попелюшка», саме на честь нього був названий фільм в Америці. Але в Україні вирішили змінити назву для того, щоб вітчизняному глядачеві було відразу зрозуміло, що їм очікувати від фільму.

Заміна назв фільмів, також, відбувається в тому випадку, якщо виникає лінгвоетнічний бар'єр і з'являється необхідність у прагматичній адаптації культури іншої країни. Наприклад:

– «Мрець в коледжі» (*Dead Man on Campus*, 1998);

«Campus» – це комплекс будівель, в який входять бібліотека, студ. клуби, лабораторії, навчальні класи. В Україні подібного немає, тому було прийняте рішення змінити назву.

– «Нафта» (*There will be blood*, 2007);

Ще один фільм, назва якого повністю відрізняється від оригіналу. На нашу думку український варіант більш точно підходить так, як сюжет крутиться біля нафти.

– «Не впіймали не злодій» (*Inside man*, 2006).

«Не впіймали не злодій» така назва фільму дається українським глядачам. Вона більш точно передає сюжет кінострічки, розповідає історію

детектива Фрейзера, який знайомиться з грабіжником банків – Далтоном, між ними виникає протистояння, наповнене пригодами і погонями.

Кожного року в українських кінотеатрах з'являються стрічки з багатьох країн, деякі з них мають більший попит ніж інші. Саме цей факт є однією з головних причин заміни назви при перекладі.

Наприклад, американський фільм «Тахі», що вийшов в 2004 році, при перекладі назва була змінена на «Нью-Йоркське таксі», оскільки в Україні був популярний однойменний французький фільм.

Наступний метод перекладу – транслітерація. Використовується в тому випадку, коли потрібно перекласти власні імена. Лінгвокультурні проблеми при даному способі перекладу не виникають:

«Форрест Гамп» (*Forrest Gump, 1994*);

«Титанік» (*Titanic, 1997*);

«Аватар» (*Avatar, 2009*);

«Джокер» (*Joker, 2019*);

«Облівіон» (*Oblivion, 2013*);

«Сіністер» (*Sinister, 2012*) [14, 15].

Найбільш важкими для перекладу є фільмоніми, що містять гру слів, в цьому випадку втрати під час перекладу майже неминучі. Наприклад, стрічка «*Avenging Angelo*» – «Помста Ангела». При такому перекладі була вирішена проблема з внутрішньою формою.

Назва фільму «*Jonny English*» була перекладена по-різному: «Джонні Інгліш», «Агент Джонні Інгліш».

Назва комедії «*The Royal Tenenbaum*» містить в собі слово «*Royal*», яке є ім'ям головного героя і має значення «королівський, прекрасний». Переклади назви цього фільму відрізняються залежно від обраного перекладачем акценту – «Сімейка Тененбаум», «Могутня сімейка Тананбаум».

Наведений нами аналіз перекладів назв кінострічок показує, що на вибір стратегії перекладу впливає низка причин. Наявність у назві кінофільму культурологічного компонента може стати вирішальною умовою для вибору стратегії перекладу. Під час перекладу фільмоніму, що містить в собі засоби, які підвищують лінійну щільність інформації не слід ними нехтувати, адже знайти аналогічні або схожі засоби, вдається дуже рідко. Але при цьому важливо не забувати про збереження зв'язку назви з сюжетом стрічки.

Вважаємо доказовим той факт, що основна причина повної заміни назви фільму є прагма-

тична адаптація та лінгвоетнічний бар'єр. Основними прийомами якими послуговуються перекладачі є уподібнення, описовий переклад, додавання, опущення, контекстуальна заміна, калькування [9, с. 21].

У деяких з наданих прикладів перекладачем було прийнято рішення не шукати можливі еквіваленти, а залишити назву як є. Це може бути пояснено лаконічністю та лункістю оригінальних назв. В багатьох з цих випадків, якщо не звертати увагу на те, що назви могли бути адаптовані, переклад можна вважати адекватним. Це зумовлено тенденцією останнього часу, англійська мова лунає повсюду і використання подібних слів стало нормою, яка допомагає підвищити інтерес і викликати інтригу у потенційного глядача.

Висновки і пропозиції. При перекладі назв фільмів з англійської мови на українську використовуються різноманітні стратегії такі, як: транслітерація, прямий переклад, граматична та лексико-граматична трансформації та повна заміна назви. Лінгвокультурологічна специфіка при використанні заміни назви, граматичної та лексико-граматичної трансформації актуалізується, оскільки, при використанні даних методів здійснюються певні концептуально-семантичні трансформації смислів, закодованих засобами англійської мови та перекодованих засобами української мови. При опущенні і додаванні лінгвокультурна специфіка простежується не так яскраво. Причина цього полягає в тому, що при перекладі опускаються або додаються службові слова, що обумовлено особливостями різних граматичних систем української та англійської мов, але при цьому смисловий зміст оригіналу не змінюється в перекладах.

При перекладі назви кінострічки необхідно не втратити її зв'язок із сюжетною лінією, композицією фільму та жанром. У випадку порушення цього зв'язку такий переклад не можна вважати релевантним. Під час перекладу, не варто забувати, що назва кінострічки це перше на що звертають увагу, вона має зацікавити майбутнього глядача та бути орієнтованою на цільову аудиторію. Якісного перекладу фільмоніма можна досягти за умови, якщо перекладач розуміє важливість збереження культурологічних особливостей тексту, що він перекладає, та знайомий з культурою країни, яка випустила кінострічку у прокат.

Список літератури:

1. Александрова О. І. Стратегії перекладу сучасних англомовних фільмонімів. Запоріжжя : Трис, 2007. С. 113–122.

2. Ванніков Ю. В. Проблеми адекватності перекладу. Типи адекватності, види перекладу і перекладацької діяльності // Текст і переклад. Миколаїв: СНУ, 2014. 209 с.
3. Горшкова В. Є. Назва фільму як невід’ємна частина образу – змісту. Ірпінь : ІГЛУ, 2011. С. 28–37.
4. Горшкова В.Є. Назва фільму як одиниця перекладу і складова образу – змісту. Ірпінь : ІГЛУ, 2014. С. 26–37.
5. Горшкова В.Є. Переклад у кіно: монографія. Ірпінь : ІГЛУ, 2008. 276 с.
6. Жук О. В. Особливості перекладу англо-американських реалій в області кіно і телебачення. Кривий Ріг: Тесей, 2008. С. 85–86.
7. Книш О. В. Лінгвістичний аналіз найменувань кінофільмів: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 1992. 17 с.
8. Мальцева І. Г. Переклад та відтворення назв фільмів українською. Івано-Франківськ: МАУ, 2010. 167 с.
9. Мілевич І. Стратегії перекладу назв фільмів Чехія : СТ. 2007. 82 с.
10. Мінеєва О.А. Засоби перекладу назв художніх фільмів. К. : НАУ 2016. 113 с.
11. Петрова О. Ю. До проблеми розбіжностей перекладів англійських назв фільмів // Вісник Хмельницького державного університету. 2016. 47 с.
12. Подимова Ю.М. Фільмоніми як проблема перекладу. // Ab ovo. Майкоп : 2004. № 1. С. 8–9.
13. Nord, C. Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point. Target. 2015. pp. 261–284.
14. КіноПошук. Усі фільми планети [Електронний ресурс]. Режим доступу : www.kinopoisk.ua
15. IMDb – Movies, TV and Celebrities [Електронний ресурс]. Режим доступу : www.imdb.com

Hniedkova O. H. Olefirenko K. A. THE PECULIARITIES OF THE ENGLISH-LANGUAGE FILM TITLES TRANSLATION

Film is an important art form: films entertain, instruct, illuminate important issues and educate the audience. Films from different countries allow you to dive into the culture, everyday life, traditions and history of another country. The visual components of the films don't need a translation, because they're self-explanatory. But in the case of film titles, translation is necessary and a specialist must have a clear knowledge of the linguistic and cultural specificities.

The problem is that there are different ways of translating film titles, and usually they do not match the original titles, which in turn leads to socio-cultural problems.

Due to the intensive Americanization of mass culture, the high popularity and spread of American cinema in many countries around the world, there was a need for high-quality translation of the texts of American feature films into different languages. Much attention to itself requires one of the most important components of any film production title (filmonym).

This article deals with the strategies of translation of English-speaking filmonyms into Ukrainian, taking into account their linguocultural features. It has been revealed that the choice of translation strategy depends on a number of reasons caused both by the specifics of the source text (film titles and film content) and linguoethnic barriers, which require pragmatic and genre adaptation to overcome them. Regardless of the strategy used in translation from one language to another (direct translation, translation with transformation or replacement), the title should correspond to the plot, ideological and philosophical content and genre of the film, while remaining appealing to the potential viewer. If at least one of the conditions is not met, the translation of the title may be inadequate. And it will cease to fulfil its attraction function.

Key words: *filmonym, adequate translation, direct translation, transformation, replacement.*

УДК 811.112.2'367.623'367.332.

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/27>**Горюнова М. М.**

Національна академія статистики, обліку та аудиту

Лобова О. К.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Курах Н. П.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

АНГЛІЦИЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ: АНАЛІЗ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

У статті досліджено реалізацію англіцизмів в німецькомовному медійному дискурсі. Здійснено аналіз дефініції терміну «англіцизм» в німецьких словниках та надано власне трактування цьому поняттю в медійному дискурсі: англіцизми в німецькомовному медійному дискурсі – це слова або група слів англійського походження, адаптовані до німецької мови, які відповідають системі німецької мови.

Мета статті полягає у виявленні та класифікації англіцизмів, а також їх функціонування у німецькомовному медіадискурсі. Задля досягнення мети у дослідженні були задіяні такі методи: описовий метод, метод спостереження, узагальнення, які дозволили розглянути суттєві теоретичні відомості релевантні для нашої розвідки стосовно їх опису, встановлення закономірностей, визначень. Важливими лінгвістичними методами для дослідження англіцизмів у німецькомовному медійному дискурсі вважаємо метод аналізу словникових дефініцій та контекстний.

Авторами статті проаналізовано 350 англіцизмів, які отримані методом суцільної вибірки з німецькомовних медійних текстів. На цій основі укладено класифікацію англіцизмів, ужитих у німецькомовних медійних текстах. За формою запозичень виявлено такі англіцизми: прямі запозичення (у незмінному вигляді, але підлаштовані під систему німецької мови); адаптовані запозичення (перелаштовані під систему німецької мови); псевдо запозичення; складні слова; кальковані слова; слова неповного калькування.

Зроблено припущення щодо причин уживання англіцизмів у німецькомовних медійних текстах, серед яких основною є відсутність номінативних одиниць для номінації нових явищ і понять. У статті доведено, що англіцизми виконують в німецькомовному медійному дискурсі номінативну, комунікативну, прагматичну функції, а також функцію надання ефекту новизни та функцію привертання уваги реципієнтів.

Ключові слова: англіцизм, запозичення, комунікативна функція, медійний дискурс, номінативна функція, прагматична функція.

Постановка проблеми. У кожній мові є іноземні слова, кількість яких з часом збільшується і пов'язана з розвитком інформаційних, медичних та інших технологій. Суспільство розвивається, і відповідно з'являються нові явища, речі, які потребують назв: нові види одягу, техніки тощо. Значне поширення англійських слів розпочалося нещодавно, але відбувається у всьому світі.

Хоча англійська мова сьогодні набула статусу *lingua franca*, міжнародної мови, особливо у бізнесі, її використання не обмежується міжнародним рівнем, навпаки, вона активно використовується у повсякденному спілкуванні. Як правило, іноземна мова входить в іншу мову для вира-

ження того чи іншого поняття. І якщо в мовах іноді є свої назви для певних речей та явищ, то іноземні мови звучать привабливіше та цікавіше. Тема англомовних запозичень обговорюється у кожній культурі, адже розповсюдження запозичених слів може призвести у певному сенсі до втрати рідної мови.

Щоб краще зрозуміти природу англіцизмів, звертаємося до тлумачних словників. Згідно з електронним словником DUDEN, «*Anglizismus ist Übertragung einer für [das britische] Englisch charakteristischen sprachlichen Erscheinung auf eine nicht englische Sprache*» [8], тобто DUDEN трактує англіцизм як у характерне для британської

англійської мови транслювання явища на неанглійську мову.

У свою чергу, в онлайн-словнику *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* англіцизм розуміється як «aus dem Englischen übernommene sprachliche Eigentümlichkeit, die in einer anderen Sprache fremd wirkt» [7] (перейнята з англійської мови мовна особливість, що надає сторонній вплив іншій мові).

Сайт «educalingo» пропонує таку дефініцію поняття «англіцизм»: «...Einfluss der englischen Sprache auf andere Sprachen. Er kann sich nicht nur in allen Bereichen eines Sprachsystems äußern, also in der Lautung, der Formenlehre, der Syntax oder im Wortschatz als Fremd- und Lehnwort, sondern auch auf allen Sprachebenen wie der Hochsprache, der Alltagssprache, dem Slang und anderen... Anglizismus als Oberbegriff umfasst Einflüsse aus allen englischen Sprachvarietäten; speziell werden Einflüsse aus dem britischen Englisch auch Britizismen und solche aus dem amerikanischen Englisch Amerikanismen genannt» [11]. Йдеться про вплив англійської на інші мови, що може виражатися у всіх галузях мовної системи – у вимові, морфології, синтаксисі чи лексиці; на всіх мовних рівнях; у літературній мові, розмовній мові тощо. Англіцизм як загальне поняття охоплює впливи з усіх різновидів англійської мови, зокрема, з британської англійської – *Britizismen* та американської англійської – *Amerikanismen*.

Узагальнюючи наведені трактування англіцизмів, можна дійти висновку, що англіцизми – це слово, група слів або речення англійського походження (з британської англійської або американської англійської), адаптовані до іншої мови, у нашому випадку до німецької. Зазвичай вони замінюють мову там, де виникають складнощі з рідною мовою. Англіцизми, як правило, відповідають системі мови реципієнта та змінюють написання та наголос вихідного слова. Англіцизм – явище не нове, їх поява в Німеччині зумовлена різними історичними подіями, змінами у соціальній, суспільно-політичній, виробничій та інших сферах, зміною внутрішнього культурного балансу Німеччини. Англійська та американська культури значно вплинули як на світ загалом, так і на Німеччину.

Аналіз основних досліджень і публікацій із зазначеної проблеми. Вітчизняні дослідники присвятили чимало праць вивченню проблем іншомовних запозичень. Функціонування англіцизмів в українській мові розглядали Л. П. Кислюк [4] та Т. П. Кравченко [5], а у зіставному аспекті на прикладі різних мов – Б. М. Ажнюк [1].

Морфемну адаптацію правничих термінів англійського походження в системі української мови вивчала Г. А. Сергєєва [6]. Граматичну адаптацію англіцизмів-запозичень у слов'янських мовах вивчала С. В. Горобець [3]. Порівняльний аналіз англійських запозичень в комп'ютерній термінології німецької та української мов здійснив І. І. Барнич [2].

Водночас в українських наукових колах не проводилося досліджень, присвячених аналізу англіцизмів, що реалізуються у німецькомовному медійному дискурсі.

Мета статті полягає у виявленні та класифікації англіцизмів, а також їх функціонування у німецькомовному медіадискурсі.

Виклад основного матеріалу. У своїй публікації «EUROSPEAK – Der Einfluss des Englischen auf europäische Sprachen zur Jahrtausendwende» Р. Мур та Б. Кеттеманн зазначають, що англійська мова почала активно поширюватися у 60-х роках ХХ ст. і цей процес триває й досі, що пояснюється економічним, технологічним, культурним і військовим домінуванням США, і англосаксонського мовного простору в цілому. Особливо яскраво це відбувається в сфері мас-медіа, ІТ-технологій та розваг (музика, кіно тощо) [9, с. 9–10].

Сьогодні англіцизми активно використовуються для опису технологічних інновацій у повсякденному житті, включаючи телекомунікації, ІТ-технології, послуги, індустрію дозвілля, молодіжну культуру, музичний смак, економіку, одяг, особисту гігієну та спорт. Як найбільш технологічно розвинена країна Сполучені Штати Америки взяли на себе лінгвістичну роль «донора» і встановили «орієнтир» для решти світу. Наприклад, зі США прийшли модні види спорту, такі як *Inlineskaten* – катання на роликівих ковзанах, *Bungee Jumping* – стрибки з канатом, *Canooing* – веслування на каное, *Jogging* – біг підтюпцем.

Професор Йорг Кіліан, доктор філософії, стверджує у своїй статті «*Sprachexperte sieht in Anglizismen keine Gefahr*», що німецькій мові не загрожує занепад з розповсюдженням англіцизмів. Професора турбують лише неправильні переклади. Використання англійських висловів замість німецьких справді лякає багатьох людей. Їх використання драгує німців. Наприклад, класний костюм *Cooler Outfit*, модний захід *hipper Event*, нудна зустріч *ein langweiliges Meeting*. Однак професор додає, що використання англіцизмів не повинно турбувати людей, тому що їхня частка в німецькій мові становить відносно невеликий відсоток від загального словникового запасу [10].

Англiцизми iснують, перш за все, у молодiжнiй та рекламнiй мовi. В iнших сферах вони застосовуються значно рiдше. Англiцизми у молодiжнiй мовi є маркерами молодого поколiння, адже дорослi люди навряд будуть використовувати таку лексику у своєму мовленнi. З iншого боку, за умов нових комунiкативних технологiй можуть виникнути i специфiчнi структури словотвору, абрeвiатури, скорочення. Крім того, компанії надають перевагу англiцизмам для створення вiдчуття iнтернацiональностi, не думаючи при цьому, що такий пiдхiд навряд чи привабить клiєнтiв.

Релевантним для нашої розвiдки є дослiдження англiцизмiв у нiмецькомовному медiйному дискурсi. Поняття медiйного дискурсу походить вiд дискурсу, що є процесом мовної дiяльностi, який реалiзується в засобах масової iнформацiї, тобто йдеться про дискурс, занурений у простiр ЗМI, продуктом якого є медiатекст, для якого важливи мова i канал комунiкацiї. Оскiльки медiадискурс має велику кiлькiсть iнформацiйних потокiв, що хаотично рухаються, медiатекст органiзує цi потоки, а медiатексти складають медiадискурс як систему в медiйному просторi i формують фундамент теоретичних основ медiалiнгвiстики. Це пов'язано з тим, що текст поза лiнгвiстичного рiвня є не лише послiдовностю слiв, а й множинностю символiв рiзних знакових систем (звуки, символи, зображення тощо).

Аналіз нiмецькомовних медiйних текстiв дозволив розробити класифiкацiю англiцизмiв у нiмецькiй мовi.

За формою запозичень виявлено такі англiцизми:

1. Прямi запозичення (у незмiнному виглядi, але пiдлаштованi пiд систему нiмецької мови): *der Job*, *das Internet*; *das Digital-Upgrade*; *das/der Rollout*; *das Team*; *der Swimmingpool*; *der/das Laptop*; *die Taskforce*; *die Cranberry*; *die Software*; *der Onlineshop/ Online-Shop*; *der Showroom*; *der Trash*; *der Deal*; *der Skinhead*; *das/der Check-in*; *der Workshop*; *der Flat-tax*; *das LongsleeveShirt*; *der Offshore* тощо.

Англiцизми, що реалiзують прямi значення, виявлено у таких прикладах: «Events wie das Open-Air-Kino oder Beachvolleyballturniere»; «Überall gibt es Checkpoints, Kameras, Iris-Scanner und WI-FI-Sniffer»; «Weniger Handy, Digital Detox, Achtsamkeit».

2. Адаптованi запозичення (перелаштованi пiд систему нiмецької мови): *der Stopp* – англ. *stop*; *testen* – англ. *to test*; *der Digitalmarkt* – англ. *digital market*; *kreativ* – англ. *creative*; *der IT-Spezialist* –

англ. *IT-specialist*; *zoomen* – англ. *to zoom*; *scannen* – англ. *to scan*; *testen* – англ. *to test*; *der Supermarkt* – англ. *supermarket (Laden, Selbstbedienungsladen)*; *der/das Drops* – англ. *drop*; *die Infrastruktur* – англ. *Infrastructure*; *die Eskalation* – англ. *escalation (замiна с на k)*; *googeln* – вiд браузерa Google або вiд англ. дiєслова *to google*; *mobben* – англ. *to mob*; *recyceln* – англ. *to recycle*; *botoxen* – англ. *botox*; *leasen* – англ. *to lease*; *boomen* – англ. *boom*.

Адаптованi запозичення реалiзуються у таких реченнях медiйних текстiв: «Der Privatjet sollte am Freitag, dem 13. Juli, abheben»; «Diese Stressreaktionen können problemlos mehrmals am Tag herauf – und wieder heruntergefahren werden».

3. Псевдозапозичення: *das Partei-Binge-Watching* – англ. *binge watching* – перегляд поспiль кiлькох серiй: «Rede für Rede, wie die Folgen einer guten Serie. Parteitags-Binge-Watching». Тут сенс запозичено вiд англiйської фрази, а йдеться про тривале проведення засiдань у Парламентi. Iменник *das Handy* – англ. *handy* – розташований пiд рукою, нiм. мобiльний телефон.

Псевдопозначення трапляються у реченнях: «Als Grund werden Kontakte ins Ausland, zu häufige Moscheenbesuche oder verbotene Inhalte auf Handy oder Computer genannt»; «Weniger Handy, Digital Detox, Achtsamkeit».

4. Складнi слова, мiшанi утворення: *die Hotelbar (бар готелю)* – англ. *hotel bar*; *der Law-and-order-Flügel (крило законностi)* – англ. *law and order* (нiм. *Recht und Ordnung*) – законнiсть, правопорядок та нiм. *der Flügel*; *die digitale Tageszeitung (електронна газета)* – англ. *digital* та нiм. *die Tageszeitung*; *der Migrantentmob (зборище мiгрантiв)* – нiм. *die Migranten* та англ. *mob* (нiм. – *der Gang*); *das Presseteam (команда преси)* – нiм. *die Presse* та англ. *team* (нiм. *Mannschaft, Arbeitsgruppe*); *der Internetbotschafter (iнтернет-месенджер)* – англ. *Internet* та нiм. *der Botschafter (представник)*; *die Digitalwährung (криптовалюта, електроннi грошi)* – англ. *digital* та нiм. *die Währung*; *das Partei-Establishment (керiвництво партiї)* – нiм. *Partei* та англ. *встановлення*; *das Baustoffrecycling (переробка будiвельних матерiалiв)* – нiм. *der Baustoff* та англ. *recycling*; *der Onlinewettbewerber (онлайн-конкурент)* – англ. *online* та нiм. *der Wettbewerber*; *die TV-Autorin* – англ. *TV* та нiм. *die Autorin*; *die DNA-Analyse (аналiз ДНК)* – англ. *DNA* вiд *deoxyribonucleic acid* та нiм. *die Analyse*; *die Trainingshose (тренувальнi штани)* – англ. *training* та нiм. *die Hose*; *die Low-Fat-Produkte (продукти з низьким вiстом жиру)* – англ. *low-fat*

products; der Panzerexport (експорт танків) – нім. die Panzer та англ. export; der Liveauftritt (живий виступ) – англ. live та нім. der Auftritt; der VIP-Bereich – англ. VIP – скорочення від very important person та нім. der Bereich; der Allinclusive-Urlaub (відпочинок за системою «все включено») – англ. all inclusive і нім. der Urlaub.

Складні слова реалізовано у реченнях: «Was hat man gegen sie, eine 15-jährige Schülerin in schwarzen Nietenjeans und hellrosa T-Shirt mit zwei aufgedruckten Rosen, die gern singt und Deutschrap hört?»; «Es werde an SkypeZuschaltungen und schriftliche Stellungnahmen gedacht».

5. Кальковані слова (наслідування англійським словам, фразам): *das Reinigungspersonal (прибиральники) – англ. cleaning staff; der Nachtclub (нічний клуб) – англ. night club; Tagund Nachtschicht (цілодобове чергування) – англ. day-night shift; im Blick haben (мати на прикметі, мати на увазі) – англ. have in view; der Personalmangel (дефіцит кадрів, персоналу) – англ. staff shortage; der Klimawandel (зміна клімату) – англ. climat change; die Klimazone – англ. climate zone (кліматична зона); der Fingerabdruck (відбиток пальця) – англ. fingerprint; die Adoptivtochter (прийомна дочка) – англ. adopted daughter; soziale Medien (соціальні мережі) – англ. social media; die Nuklearwaffe (ядерна зброя) – англ. nuclear weapons; Globaler Konflikt (глобальний конфлікт) – англ. Global conflict; das Trainingslager (тренувальний табір) – англ. training camp; der Kulturschock (культурний шок) – англ. culture shock; der Nutzer (користувач в Інтернеті) – англ. user.*

Приклад уживання калькованих слів демонструють такі речення: «Wenn uns bei der Passkontrolle ausfällt, dass ein Kind eigentlich in der Schule sitzen müsste, können wir nicht die Augen verschließen»; «Seit der Finanzkrise von 2008 haben viele Firmen ihre Verschuldung gesenkt».

6. Слова неповного калькування: *die Luftwaffe (військово-повітряні сили) – від англ. air force, при цьому, німецькою мовою дослівний переклад – повітряна зброя; der Freizeitpark (парк розваг) – від англ. amusement park, однак у німецькій мові дослівний переклад – парк вільного проведення часу; das Bachelorstudium (бакалавріат) – англ. bachelor degree.*

Реалізацію слів неповного калькування виявлено у реченні: «Die Startseite ihrer Website zielt inzwischen eine Großaufnahme des Thomas-Mann-Hauses».

Уживання англіцизмів у німецькому медіа-дискурсі зумовлене відсутністю номінативних

єдиниць, які б номінували нові явища і поняття. Як правило, це слова з галузі інформаційних технологій і техніки – *online, offline, das Display, das Digital-Upgrade*, також із суспільно-економічної галузі – *der Job, der Export, exportieren*, а також запозичені без необхідності, оскільки ці англіцизми можна замінити німецькими словами, як-то, *der Report – нім. der Bericht, der Shop – нім. der Laden, das Equipment – нім. die Ausrüstung, die Ausstattung*, і запозичені англіцизми як еквівалент, наприклад, *der Job – нім. der Beruf, die Arbeit, der Sound – нім. der Klang, der Truck – нім. der Lastwagen.*

З функціональної точки зору англіцизми поділяються на такі, що реалізують номінативну функцію, заповнюючи прогалини в німецькій мові. Це маловідомі слова у німецькій мові, але такі, що надають нових значень.

Функція економії мовних засобів реалізується, коли потрібно використати точні, короткі вирази з англійської мови для заміни складних слів, або фраз у німецькій мові (*Der Trick, der Top, der Trip, der Job, das Team, die Story, der Pool*).

Прагматична функція реалізується у словах, коли графічна незвичність виражає високу експресивність (*Die Coolness, Law-and-Order-Mann, mega happy, Wonder Woman*).

Комунікативна функція реалізується у спеціальних областях, коли співрозмовники самі не володіють повною мірою знаннями мови; також для надання особливого тону медійному тексту – передачі іронії, гумору чи пародії (*der Poetry Slam, okay, die Follower, der Coworking Space*).

Крім зазначених функцій виявлено функцію надання ефекту новизни (*der digitale Wandel, das Digital-Upgrade, das Start-up-Geschäft*), функцію передачі локального, соціального чи наукового колориту (*der Teenager, der Generationswechsel, die Teenager-clique, der Campingfreund*), функцію привернення уваги реципієнтів (*Fair Play, der Shootingstar, der Tourismusboom, The winner takes it all*).

Висновки. Англіцизми в німецькомовному медійному дискурсі – це слова або група слів англійського походження, адаптовані до німецької мови, які відповідають системі німецької мови. У німецькомовному медійному дискурсі англіцизми виконують номінативну, комунікативну, прагматичну функції, а також функцію надання ефекту новизни та функцію привернення уваги реципієнтів.

Перспективу подальших розвідок вбачаємо у дослідженні англіцизмів у німецькомовному науковому дискурсі.

Список літератури:

1. Ажнюк Б. М. Англізми в сучасній українській, російській і чеській мовах. Мовознавство. 2008. № 2–3. С. 190–207.
2. Барнич І. І. Англійські запозичення в комп'ютерній термінології німецької та української мов. *Львівський філологічний часопис*. 2020. № 7. С. 13–18.
3. Горобець С. В. Деякі спостереження щодо граматичної адаптації англіцизмів-запозичень зі сфери інформаційних та комп'ютерних технологій у слов'янських мовах. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. 2012. № 24. С. 89–96.
4. Кислюк Л. П. Освоєння англіцизмів в українській інтернет-комунікації. *Термінологічний вісник*. 2017. № 4. С. 245–252.
5. Кравченко Т. П. Морфологічна адаптація запозичених термінів економіки АПК. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2012. Вип. 27. С. 35–38.
6. Сергєєва Г. А. Морфемна адаптація правничих термінів англословного походження в системі української мови. *Мова. Наука. Культура: Збірник наукових праць за матеріалами міждисциплінарної науково-практичної конференції, присвяченої 85-річчю Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. Харків: Міськдрук, 2015. С. 128–140.
7. Der Anglizismus. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de/wb/Anglizismus>
8. Der Anglizismus. DUDEN. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Anglizismus>
9. Muhr R., Kettmann B. EUROSPEAK – Der Einfluss des Englischen auf europäische Sprachen zur Jahrtausendwende. Wien: Peter Lang Verlag, 2002. 54 s.
10. Sprachexperte sieht in Anglizismen keine Gefahr. DIE WELT. URL: <https://www.welt.de/kultur/article120296426/Sprachexperte-sieht-in-Anglizismen-keine-Gefahr.html>
11. Was bedeutet Anglizismus auf Deutsch. *Educalingo*. URL: <https://educalingo.com/de/dic-de/anglizismus>

Goriunova M. M., Lobova O. K., Kurakh N. P. ANGLICISMS IN THE GERMAN LANGUAGE: ANALYSIS OF MEDIA DISCOURSE

The article studies the implementation of anglicisms in the German media discourse. The definition of the term «anglicism» in German dictionaries is analyzed and its own interpretation of this concept in media discourse is given: anglicisms in German-language media discourse are words or a group of words of English origin, adapted to the German language, corresponding to the German language system.

The purpose of the article is to identify and classify anglicisms, as well as their functioning in the German-language media discourse. To achieve the goal, the following methods were used in the study: a descriptive method, a method of observation, generalizations, which made it possible to consider essential theoretical information relevant to our study regarding their description, establishment of patterns, definitions. Important linguistic methods for studying anglicisms in the German-language media discourse are the method of analyzing dictionary definitions and contextual.

The authors of the article analyzed 350 anglicisms obtained by continuous sampling from German-language media texts. On this basis, the classification of anglicisms used in German-language media texts is concluded. According to the form of borrowings, the following anglicisms were found: direct borrowings (in an unchanged form, but adjusted to the system of the German language); adapted borrowings (rebuilt to fit the German language system); pseudo borrowing; Difficult words; tracing words; words of incomplete tracing.

It is suggested about the reasons for the use of anglicisms in German-language media texts, among which the main one is the lack of nominative units for the nomination of new phenomena and concepts. The article proves that anglicisms perform nominative, communicative, pragmatic functions in the German-language media discourse, as well as the function of providing a novelty effect and attracting the attention of recipients.

Key words: *anglicism, borrowing, communicative function, media discourse, nominative function, pragmatic function.*

Дуфанець М. М.

Національний університет «Львівська політехніка»

Карамішева І. Д.

Національний університет «Львівська політехніка»

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ У ПРОМОВАХ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ БОРИСА ДЖОНСОНА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022

Дослідження виконане в руслі статистичної лінгвістики з висвітленням теоретичних основ та проведенням практичного аналізу зразків політичного дискурсу. Проаналізовано загальні статистичні параметри тексту, а також досліджено колокації з найчастотнішими словами. Матеріалом дослідження слугували промови прем'єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона (2019-2022) під час російсько-української війни 2022, обсяг яких становить 13267 слів. Використано метод кількісного аналізу та застосовано формули для статистичних обчислень. Результати вказують на найбільш характерні статистичні показники та на особливості добору мовних одиниць при формуванні певного зразку політичного дискурсу. У статті розглядаються основні методи, що використовуються в сучасній лінгвістичній науці для інтерпретації ідей мовлення та політичного дискурсу. Основна увага приділяється деталям і характеристикам, які разом забезпечують системну перспективу такого явища, як політичний дискурс. Також окреслено теоретичні основи такого комунікативного явища як персуазивність, розглянуто основні його типи та стратегії, а також проаналізовано основні засоби персуазивності, які використовував Борис Джонсон у своїх промовах з початку повномасштабного вторгнення в Україну. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що розмаїття мовних засобів, які використовуються для переконання, є ознакою політичного дискурсу сучасної англійської мови. Ці мовні засоби дають політикам можливість привернути увагу аудиторії, полегшити сприйняття політичної промови чи виступу, сформувати політичну свідомість реципієнтів і спонукати їх до конкретних дій. Переконливість є вирішальним компонентом прогресу сучасного суспільства в навичках міжособистісного спілкування, ділового спілкування, масової комунікації, успішного управління та політичного впливу. Здатність переконувати – це тип соціального впливу, який дозволяє легко спілкуватися вербально з наміром вплинути на певну аудиторію. Комунікація з метою переконати використовує лінгвістичні техніки та відповідні мовні вирази, щоб впливати на свідомість одержувача.

Ключові слова: статистична лінгвістика, дискурс, політичний дискурс, персуазивність, статистичні параметри, частота слів.

Постановка проблеми. Протягом останніх десяти років статистичні методи додали значного прогресу до опрацювання мовних даних великого обсягу. Значна кількість дослідників займається отриманням статистичних даних щодо частоти кожного мовного елемента в різних стилях. Таким чином, можна виявити відповідність щодо довжини, морфемної та етимологічної будови слова, розподілу частин мови, представлених у текстах, довжини речень тощо. Прикладом інструментарію для проведення статистичного аналізу такого типу є програма AntConc, яка використана для проведення статистичного дослідження

обраного матеріалу дослідження. Цей інструментарій використовується корпусними лінгвістами, перекладачами, викладачами мови та студентами для широкого аналізу корпусу. Аналіз текстів англійською та будь-якою іншою мовою, яка відповідає стандарту Unicode, можливий за допомогою AntConc (включаючи японську, китайську та корейську).

У сучасній вітчизняній лінгвістиці в останні десятиліття помітно зріс інтерес також до вивчення політичної комунікативістики та політичного дискурсу. Як наголошує І. Бутова, політичний дискурс став предметом особливої та

навіть прискіпливої уваги лінгвістів саме у той період, коли політична комунікація набула рис засобу маніпулювання свідомістю [2, с. 232]. Окрім того, така увага до політичного дискурсу багато в чому пов'язана з інтенсифікацією політичного життя, загостренням у країні політичної боротьби, що, у свою чергу, є причиною постійних змін у лексичному, фразеологічному, синтаксичному, стилістичному ладі української мови.

Останні дослідження і публікації. Необхідно зазначити, що на сьогодні відомо чимало розвідок щодо проблем дискурсу загалом та політичного дискурсу зокрема, але єдиної думки та єдиного трактування цих понять до цього часу не існує. Як справедливо зазначає С. Ковальова, численність та різноспрямованість робіт у цій сфері інколи приводить дослідників до думки, що створення стрункої системи трактування політичного дискурсу не є теоретично можливим [3, с. 102]. Однак можна назвати ряд студій, у яких досить ґрунтовно проаналізовано та подано узагальнені міркування щодо політичного дискурсу, зокрема це роботи К. Серажим [6], Л. Нагорної [5], Н. Кондратенко [4] Д. Харитонова [7] та ін.

Постановка завдань. Головною метою цієї роботи є застосування інструментарію статистичної лінгвістики при дослідженні зразків політичного дискурсу, зокрема на основі промов Бориса Джонсона під час російсько-української війни (2022).

Завданнями цієї статті є:

- Проаналізувати теоретичні основи статистичної лінгвістики
- Дослідити лінгвістичні особливості промов Бориса Джонсона як зразків політичного дискурсу;
- Проаналізувати статистичні параметри політичного дискурсу на прикладі зазначених промов.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх років статистичні методи уможливили реальний прогрес у низці питань, які раніше стримували спроби звільнити системи від проблем неоднозначності, виправлення помилок та індукції великого обсягу інформації, необхідної для обробки необмеженого тексту. Відчуття прогресу породило великий ентузіазм щодо статистичних методів в обчислювальній лінгвістиці.

Ця наука заснована на спостереженні, що конкретні кількісні ознаки, а також функціональні зв'язки між ними, виявлені в невеликій вибірці, відрізняють мову в цілому або кожен з багатьох її функціональних стилів. Ретельний і гнучкий опис

мови повинен включати як якісну, так і кількісну характеристику мовних фактів. Наприклад, частотні ознаки цього слова потрібні для з'ясування функціонального навантаження конкретного слова в тексті конкретного твору, письменника, функціонального стилю тощо [1, с. 124].

Політичний дискурс. Відколи почала існувати перша держава з її політичним устроєм, постало питання щодо взаємодії мови та влади, що знайшло своє вираження в політичному дискурсі, яке останнім часом було в центрі уваги філософів, політологів, соціологів і лінгвістів. Загальна тенденція до демократизації всіх сфер суспільства та розвитку ЗМІ уможливила виділення політичного дискурсу в окрему сферу лінгвістичних досліджень.

Зв'язок мови з політикою проявляється, перш за все, в тому, що певний політичний режим поширюється через спілкування. Політики використовують мову, щоб інформувати, давати вказівки, видавати закони, переконувати тощо. Особливість політичної сфери, на відміну від ряду інших сфер діяльності людини, полягає в її переважно дискурсивному характері: реалізується значна частина політичної діяльності через мову.

За словами І. Бутової, політичний дискурс став важливим об'єктом лінгвістичного дослідження на той час, коли політична комунікація набула певних рис маніпуляції. Це означає, що мовні явища під час публічних виступів політиків, їхні пропагандистські промови та тексти можуть розповісти про мовця набагато більше, ніж явні вирази [2, с. 232]. Поля лінгвістичної інтерпретації політичного дискурсу – це висловлювання, лексика, аргументація, граматики, стилістика, синтаксис, риторика та нарратив загалом.

Українська мовознавиця Кондратенко Н.В. виокремлює низку аспектів у дослідженні політичного дискурсу, зокрема: дослідження форми (письмової чи усної); дослідження мети (мотиваційної, інформативної, експресивно-спонукальної); дослідження сфери діяльності (телебачення, газети, журнальний та радіореклами); дослідження динаміки (безпосередньої або опосередкованої); дослідження сфери функціонування (телевізійної, газетно-журнальної, радіорекламної) [4, с. 156].

Під усним політичним дискурсом розуміють інтерв'ю з політиками, їхні виступи, офіційні заяви, але політичні тексти, оприлюднені через ЗМІ, відносять до письмового політичного дискурсу. До зразків політичного дискурсу відносять також агітаційні листівки, буклети, текстові

зображення та офіційне листування як політичний дискурс.

Вивчення як усного, так і письмового політичного дискурсу базується на багатьох факторах, але концептуальний фактор є особливо важливим, оскільки відповідна організація понять у політичному дискурсі забезпечує його успіх.

Персуазивність у політиці. Мова політики пов'язана з персуазивністю. Х. Халмарі бачить сильну сторону переконання в усіх мовних діях, які намагаються або змінити мислення чи поведінку аудиторії, або зміцнити її переконання [11, с. 3]. Окрім того, політика завжди полягала в персуазивності, а персуазивність відіграла дедалі більшу роль у американських президентських виборах у 19 столітті кампанії від Джексона до Мак-Кінлі [10, с. 258].

Р. Перлоф заявляє, що політична персуазивність відбувається на різних рівнях:

1) на мікрорівні, коли телевізійна реклама змінює ставлення виборця,

2) на діадичному рівні, що демонструється впливом комунікаційної мережі на політику обговорення

3) на макрорівні, прикладом якого є ефект президентської промови на громадську думку чи численні впливи праймеріз на інституціоналізацію політичного консультування [10, с. 259–260].

Оскільки об'єктом нашого дослідження є промови Бориса Джонсона, ми використовуємо методику досліджень на макрорівні. Такі елементи політичного дискурсу як промови, відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, укріпленні міжнародних зв'язків та вираженню

безпосередньої підтримки країни, представником якої є мовець. Саме через промови Бориса Джонсона, що на момент повномасштабного вторгнення обіймав посаду прем'єр-міністра Великої Британії, відбувається звернення до своїх громадян та міжнародного співтовариства і доносяться основні ідеї та переконання стосовно необхідності забезпечення у всіх її проявах підтримки України та надання допомоги зі сторони світових лідерів.

Загальні статистичні параметри тексту. Відповідно до теми та мети цієї статті, одне із завдань полягає у визначенні статистичних параметрів політичного дискурсу. Дослідження проводилось на основі промов Бориса Джонсона протягом російсько-української війни, обсяг яких становить 13267 слів [9].

Були виконані такі статистичні обрахунки:

Обсяг тесту (N) — найзагальніша кількісна характеристика — це сума усіх слововживань, тобто слів між пробілами, у тексті.

За допомогою програми AntConc, вираховано, що обсяг тексту(N) становить 13267 (рис. 1).

– Методом ручного сортування, лематизовано отриманий раніше словник (рис. 2). У результаті отримано показник кількості лексем у текстах: V= 1989.

Багатство словника — це відношення обсягу словника лексем (V) до обсягу тексту (N). Коефіцієнт лексичної різноманітності (K1) — це вимірювання величини та різноманітності словникового запасу, що використовується у письмі. Значення коефіцієнта лежить у межах [0;1].

Індекс багатства словника аналізованих текстів становить:

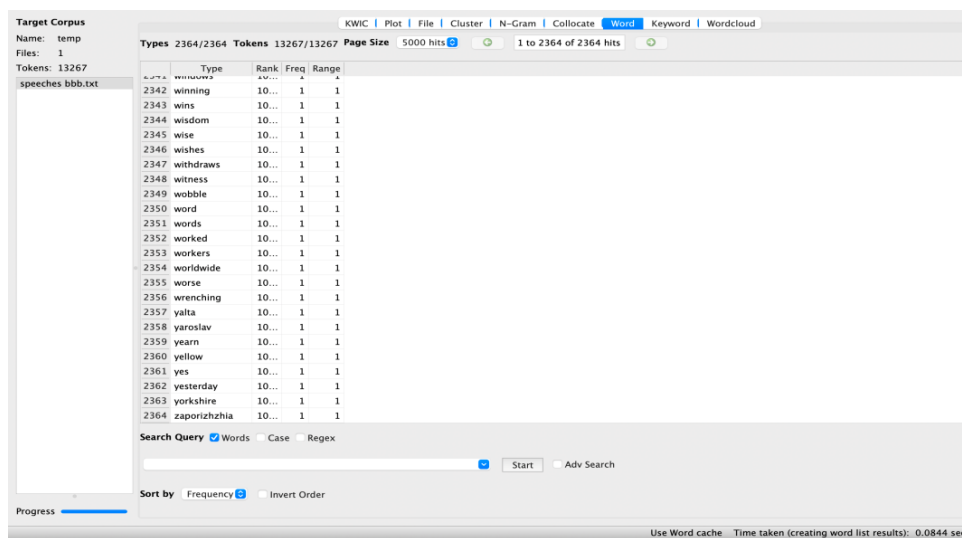


Рис. 1. Загальна кількість слововживань в текстах

Джерело: [7]

1971	whose	1106	1	1
1972	widest	1106	1	1
1973	wind	1106	1	1
1974	windows	1106	1	1
1975	winning	1106	1	1
1976	wisdom	1106	1	1
1977	wishes	1106	1	1
1978	withdraws	1106	1	1
1979	witness	1106	1	1
1980	wobble	1106	1	1
1981	women	1106	1	1
1982	word	1106	1	1
1983	work	1106	1	1
1984	worldwide	1106	1	1
1985	worse	1106	1	1
1986	wrenching	1106	1	1
1987	yearn	1106	1	1
1988	yellow	1106	1	1
1989	yesterday	1106	1	1

Рис. 2. Лематизований словник

Джерело: розроблено авторами

$$K_1 = \frac{V}{N} = \frac{1989}{2495} = 0,8$$

– Середня повторюваність слова в тексті (N/V) – величина, обернена до попередньої — це відношення обсягу тексту до обсягу словника лексем (N/V):

$$K_1 = \frac{N}{V} = \frac{13267}{1989} = 6,7$$

– Кількість нарах legomena (V1) – це кількість слів, що трапилися в тексті один раз.

$$V1 = 1389$$

– Індекс винятковості (індекс варіативності лексики) тексту (V1/N):

$$E_1 = \frac{V1}{N} = 0,1$$

– Індекс винятковості (індекс варіативності лексики) словника (V1/V):

$$E_s = \frac{V1}{V} = 0,7$$

– Кількість високочастотної лексики у тексті (V10_T). Умовно прийнято, що це слова, які у тексті мають частотність вищу за 10:

$$V10_T = 1870$$

– Кількість високочастотної лексики у словнику (V10_{сл}), тобто кількість слів, які у словнику мають частотність вищу за 10:

$$V10_{сл} = 199$$

– Індекс концентрації у тексті (V10_T/N) вказує частку тексту, яку займають слова із високою частотою. Його обчислюють як відношення кількості високочастотних слів до обсягу тексту. Ця харак-

теристика є протилежною до індексу винятковості тексту.

$$I_{KT} = \frac{V10_T}{N} = 0,14$$

– Індекс концентрації у словнику (V10_{сл}/V) вказує частку словника, яку займають слова із високою частотою. Його обчислюють як відношення кількості високочастотних слів до обсягу словника. Ця характеристика є протилежною до індексу винятковості словника.

$$I_{Ks} = \frac{V10_{сл}}{V} = 0,1$$

2. Колокації за найчастотнішим словом.

Зробивши аналіз словника, який вивела програма AntConc, виявлено, що найчастіше Борис Джонсон вживає такі слова як: Ukraine, Putin, people, russian, country, Russia, support, president, Kyiv.

Також досліджено конкорданс для деяких слів:

1) Конкорданс для слова “Ukraine” (рис. 3).

Отже, найчастіше зі словом «Ukraine» вживаються такі слова як: war, Putin, defend, neighbour, Crimea, Russia. Із самостійних частин мови іменник «Ukraine» найчастіше стоїть в реченні поруч із займенниками, що є очевидним засобом персуазивності. За допомогою займенників лідер демонструє підтримку України, показує свою віру, взаєморозуміння з народом і переконує аудиторію підтримувати його ідеї:

«We will continue to stand squarely behind the Ukrainian people to ensure Putin fails in Ukraine.»

2) Конкорданс для слова “Putin” (рис. 4).

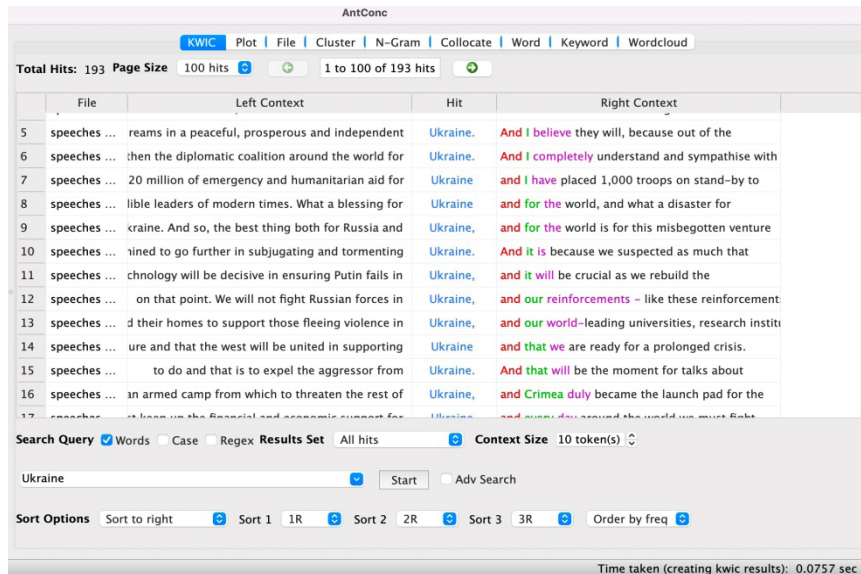


Рис. 3. Конкорданс для слова Ukraine

Джерело: [8].

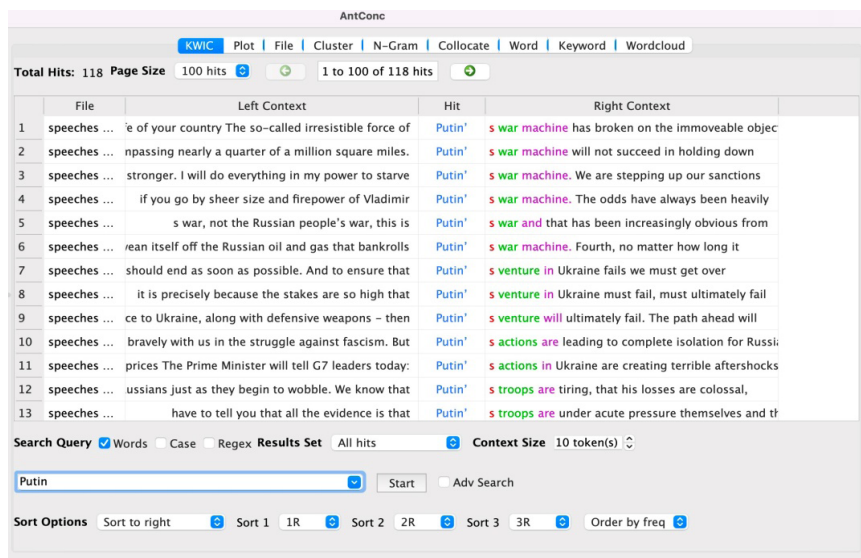


Рис. 4. Конкорданс для слова Putin

Джерело:[8].

На рис. 4 можемо бачити, що зі словом “Putin” найчастіше використовуються такі слова як: war, venture, acions, troops, aggresion, army, invasion, violence та інші слова з негативною конотацією. Такі лексичні одиниці є засобом для встановлення явного зв’язку між поняттями війни, агресії, злодіяння та політичною постаттю В. Путіна. Цей зв’язок є ключовим, з точки зору персуазивності, у формуванні та укріпленні в аудиторії антиросійських поглядів. Наприклад:

«This is about the right of Ukrainians to protect themselves against Putin’s violent and murderous aggression.»

3) Конкорданс для слова “Russia”(рис. 5).

Зі словом “Russia” прослідковуємо подібну ситуацію. Прем’єр-міністр використовує такі слова з негативною конотацією як: invasion, military, soldier, war. Ці іменники є важливим засобом персуазивного впливу у промовах, які виражають негативну оцінку та ставлення до країни агресора:

«And to ensure that Putin’s venture in Ukraine fails we must get over that key point, that this is not Russia’s war, not the Russian people’s war, this is Putin’s war and that has been increasingly obvious from everything he has said and written in the last year.»

	File	Left Context	Hit	Right Context
1	speeches ...	of what Russia does in Ukraine. The lesson from	Russia'	s invasion of Georgia in 2008 and seizure of Crime
2	speeches ...	l Kingdom even sent emissaries to Moscow before	Russia'	s invasion to deal directly with Defence Minister Ge
3	speeches ...	ms, and it so follows that we will never recognise	Russia'	s annexation of Crimea or any other Ukrainian terr
4	speeches ...	rouble virtually collapsed yesterday, even though	Russia'	s central bank doubled its interest rates. Now we
5	speeches ...	e: 3 April 2022 Prime Minister Boris Johnson said:	Russia'	s despicable attacks against innocent civilians in Ir
6	speeches ...	ringing us together and focusing our attention on	Russia'	s illegal annexation of Crimea because that land go
7	speeches ...	n, and we disclosed much of what we knew about	Russia'	s military build-up. Britain has done everything po
8	speeches ...	e Minister Boris Johnson said: As Ukrainians resist	Russia'	s onslaught with courage and tenacity, the interna
9	speeches ...	ause if Putin were to succeed, then no country on	Russia'	s perimeter would be safe and if Putin succeeds
10	speeches ...	h a rich history and a proud people. Like Ukraine,	Russia'	s poets and artists and authors have shaped our
11	speeches ...	nachine unleashes its fury on a proud democracy.	Russia'	s reckless attack on the Zaporizhzhia nuclear powe
12	speeches ...	Gerashimov, demonstrating how seriously we take	Russia'	s security concerns, how much we respect her hist
13	speeches ...	l artists and authors have shaped our culture, and	Russia'	s soldiers fought so bravely with us in the

Рис. 5 Конкорданс для слова “Russia”

Джерело:[8].

Висновки: Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що статистичні методи поглиблюють розуміння опрацьовуваних мовних даних. Статистична лінгвістика є актуальним напрямком у дослідженні мови, її інструментарій, зокрема, можна застосовувати і для дослідження політичного дискурсу. Мова як складна система дискретних одиниць має окрім якісних

(які є об'єктом вивчення таких нормативних курсів, як фонетика, дериватологія, лексикологія, синтаксис, теорія тексту, комунікативна лінгвістика тощо), ще й кількісні характеристики. Вони властиві усім рівням мовної системи, причому кількісні характеристики нижчого рівня можуть стати причиною якісних відмінностей на вищому рівні.

Список літератури:

1. Бук С. Н. Основи статистичної лінгвістики: навчально-методичний посібник / Відп. ред. проф. Ф.С. Бацевич. Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 124 с.
2. Бутова І. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник Львів. ун-ту. Серія: Іноземні мови. Львів, 2009. Вип. 16. С. 232–238.
3. Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 27, Т. 2, 2020. С. 101–107.
4. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності: Монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
5. Нагорна Л. Б. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / НАН України; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень. К. : Світогляд, 2005. 316 с.
6. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: монографія. Київ, 2002. 392 с.
7. Харитоновна Д. Поняття персуазивності та аргументативності як макро- та мікрокатегорії у політичному дискурсі. Київ, 2017.
8. Anthony L. AntConc (Version 4.1.1) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University, 2022. URL: <https://www.laurenceanthony.net/software>
9. Department of Health and Social Care (2013) The health and care system explained. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/the-health-and-care-system-explained>
10. Dillard, J. P., & Shen, L. (2013). The SAGE handbook of persuasion: developments in theory and practice. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
11. Virtanen, T., & Halmari, H. (2005). Persuasion across genres: Emerging perspectives. In Halmari, H. & Virtanen, T. (Eds.), Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach (3–24). Amsterdam : John Benjamins Publishing Co.

Dufanets M. M., Karamysheva I. D. STATISTICAL ANALYSIS OF THE MEANS OF EXPRESSING PERSUASION IN THE SPEECHES OF THE PRIME MINISTER OF GREAT BRITAIN BORIS JOHNSON DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR 2022

The research was carried out within the frameworks of statistical linguistics with highlighting some theoretical basics alongside with the practical analysis of samples of political discourse. The general statistical parameters of the text were analyzed, and collocations with the most frequent words were also investigated. The research material includes the speeches of the Prime Minister of Great Britain Boris Johnson (2019-2022) during the Russian-Ukrainian war 2022, the volume of which is 13,267 words. The method of quantitative analysis has been used and formulas for statistical calculations have been applied. The results indicate the most characteristic statistical indicators and the peculiarities of the selection of language units in the formation of a certain sample of political discourse. The article examines the main methods used in modern linguistic science to interpret the ideas of speech and political discourse. The focus is on details and characteristics that together provide a systemic perspective on a phenomenon such as political discourse. The theoretical foundations of such a communicative phenomenon as persuasiveness are also outlined, its main types and strategies are considered, and the main means of persuasiveness used by Boris Johnson in his speeches since the beginning of the full-scale invasion of Ukraine are analyzed. The carried out analysis allows stating that a variety of lingual means used for persuasion is a characteristic feature of the modern English political discourse. These language tools give politicians the opportunity to attract the attention of the audience, facilitate the perception of a political speech or performance, diversify their speech through influence, form the political consciousness of recipients, and motivate them to specific actions. Persuasion is a critical component of modern society's progress in interpersonal skills, business communication, mass communication, successful management, and political influence. Persuasion is a type of social influence that makes it easy to communicate verbally with the intention of influencing a specific audience. Persuasive communication uses linguistic techniques and appropriate language expressions to influence the mind of a receiver. Politicians often use modal verbs, idioms, rhetorical questions, parallel structures, similes, metaphors, and other stylistic devices in their speeches.

Key words: *statistical linguistics, discourse, political discourse, persuasion, statistical parameters, word frequency.*

Ємець Н. О.

Київський національний лінгвістичний університет

СОЦІО-КУЛЬТУРНА ДЕТЕРМІНАНТА Я-ЦЕНТРИЧНОСТІ ПОЕЗІЇ ЛУЇЗИ ГЛІК

У статті запропоновано аналіз егоцентричності поетичних текстів американської авторки Луїзи Глік у соціокультурному ракурсі. Концепцію егоцентричності визначено у термінах спрямованості на себе, де Я стає точкою відліку подальших пошуків поетики авторки з огляду на структурну та образну будову поетичних текстів. Соціо-культурний компонент розглядається як важлива детермінанта становлення поетики автора. Категорія я-центричності текстів у лінгвістичній площині окреслена метафоричними конструкціями зі словами егоцентриками (Я, ТУТ, ЗАРАЗ). Такі мовні тригери закріплюють контексти поетичних текстів у площині самореферентності автора й у подальшому аналізуються з точки зору їх структурних і образних характеристик. З'ясовано, що структурна організація поетичних текстів авторки є доволі нестабільною: зміна віршованих розмірів та будови строфи створюють атмосферу невизначеності та хаосу, що у свою чергу впливає і на образність творів. В аналізі метафорики у площині самореферентності окреслено домінуючі тематичні лінії поезії Луїзи Глік. Такими визначено тематичні лінії кохання, боротьби та самопізнання. Зазначений тематичний фокус можна вважати соціо-культурно детермінованим: у біографії авторки віднаходимо життєві події, які пояснюють тематичну спрямованість текстів. Загальний Я-ракурс поезії Луїзи Глік визначено у термінах спрямованості на себе, що підтримує гіпотезу про важливість впливу соціо-культурного чинника. Перспективу подальших досліджень у річищі егоцентричності можна розглядати у можливості застосування розробленого алгоритму для більшого корпусу як поетичних, так і прозових текстів. Цікавими видаються також різноаспектні дослідження егоцентричності, як, наприклад, у зіставному та гендерному фокусі.

Ключові слова: американська жіноча поезія, егоцентричність, концептологія, поетика, поетична картина світу, самореферентність.

Постановка проблеми. Поетичні твори – це особливий світ, у якому розуміння дійсності проєктується крізь призму творчої егоцентричності автора. Поезія як відображення особливого виду художнього мислення акумулює думки, почуття, переживання, що відбиваються у тексті на структурному та образному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання саморефлексії піднімається ще у творах Аристотеля [1] і надалі широко досліджується у межах пануючих наукових парадигм. Завдяки високому рівню суб'єктивності поетичних творів питання рефлексії і саморефлексії як виявів егоцентричності завжди привертало увагу науковців. Феномен авторської присутності широко досліджується з різних позицій – філософської, психологічної, лінгвістичної, літературознавчої.

Під егоцентричністю розуміємо проєкцію, яка за точку відліку має власне Я і стає магістральною детермінантою еволюції особистості у всій повноті її духовного, фізичного та соціального розвитку [5, с. 74]. У поетичних творах така его-

центричність знаходить своє вираження крізь опозицію автор – читач, яка стає єдиною площиною самореферентності твору. Егоцентричність – це не лише вияв Я автора, це – загальне Я поезії, що народжується у взаємодії автора і читача, який стає частиною твору.

Постановка завдання. Актуальність роботи визначена спрямуванням сучасних розвідок на вивчення поетики загалом і її власне авторської компоненти зокрема. Дослідження у соціо-культурному річищі дає підстави окреслити вплив екстралінгвістичного фактору на формування категорії егоцентричності задля виявлення особливостей поетики митця. Актуальними також постають питання інтеграції методологічних стратегій сучасних наукових студій з урахуванням світоглядних зрушень у межах панівної парадигми.

Дослідження егоцентричності поезії Луїзи Глік має на меті окреслити площину самореферентності творів задля виявлення їх особливостей на структурному та образному рівнях з урахуванням

соціо-культурного чинника. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- окреслити філософські, психологічні та літературознавчі аспекти егоцентричності;
- розробити комплексну методику дослідження втілення егоцентричності у поетичних творах;
- провести аналіз вияву егоцентричності у творах Л. Глік у соціо-культурному руслі.

Методи дослідження зумовлені метою та завданням роботи і ґрунтуються на комплексному міждисциплінарному підході до вивчення егоцентричності поетичних текстів як складного індивідуального та соціо-культурного явища. На основі лінгво-стилістичного аналізу виокремлюємо его-марковані тропи як індикатор самореферентної площини твору. Біографічний метод залуцаємо для виявлення впливу соціо-культурного фактору на формування поезики авторки. Методи індукції та дедукції використовуємо як допоміжні для узагальнення результатів дослідження.

Виклад основного матеріалу. Концепція егоцентричності є міждисциплінарною категорією і досліджується з різних ракурсів відповідно до завдань певної науки в межах сучасної парадигми. Відповідно, спостерігаємо зміни на шляху від природної людини античності до раціональної особистості сучасності. Психологічні студії пропонують свій погляд на питання особистості: від теорії Фрейда, крізь трансформаційні теорії послідовників, соціальну і гуманістичну психологію змінюються погляди і на психологічне тлумачення самореферентності [12; 14; 16].

Літературознавча та лінгвістична концепції особистості стають об'єктом багатьох розвідок завдяки антропоцентричному фокусу сучасних досліджень, що значно розширює і поглиблює поняття загальнофілософської категорії самореферентності [32; 10; 13].

Категорія егоцентричності є фундаментальною для філософських концепцій особистості, де суб'єкт є первинним активним чинником систематизації духовних здібностей [9, с. 13]. Зазначена категорія постає єдністю усвідомленого кожною людиною свого власного існування. У філософії термін «егоцентричність» уживається на позначення суб'єктивності у єдності всіх виявів її актуального та потенційного існування. Е. Гуссерль вживає зазначений термін на позначення «чистої» сфери свідомості – трансцендентальної суб'єктивності. Сучасний філософський погляд на егоцентричність трактує її як центр духовної особистості в її діяльнісному підході до світу

і себе. Егоцентричність – це здатність до багатосторонньої ініціативи та впливу на оточення.

Звернення до психологічних витоків егоцентричності забезпечує більш глибоке розуміння еволюційних процесів особистості. У психології поняття егоцентричності вживається на позначення раціональних функцій персональності – компонента особистості, безпосередньо пов'язаного із зовнішнім світом і його вимогами. Егоцентричність лежить в основі здатності людини до міркування, сприйняття і співвіднесення інстинктивних імпульсів із процесами свідомості [17, с. 99].

Самореферентність особистості виявляється в її думках, діях і почуттях, які тісно пов'язані зі структурою ролей, норм, правил і цінностей. Від народження дитини в ході її соціальної взаємодії з оточуючим світом закладається і еволюціонує імпліцитне ЕГО [17, с. 102]. Відповідно, саме соціальний аспект стає основною рушійною силою розвитку особистості від усвідомлення своєї ролі в діалозі до усвідомлення власного Я. На сонові таких пізнавальних процесів вибудовується Я-концепція – система самореферентних смислів і уявлень про «мене», зумовлених соціальною і культурною взаємодією. Така взаємодія породжує загальний сенс ідентичності, в якому об'єднання Я – суб'єкта і Я – об'єкта створює загальну картину знання про себе як об'єкт.

Загальнофілософське та психологічне тлумачення егоцентричності побудовані навколо концепції реального Я, яке є центром сутності особистості. Літературознавчі дослідження із залученням герменевтичного та біографічного методів досліджують концепцію особистості з позиції присутності автора у тексті [8; 10].

Людина є центром будь-якого художнього твору як автор-оповідач і як об'єкт естетичного пізнання. Таким чином, текст стає продуктом мовленнєво-мисленнєвої діяльності, спрямованим на пізнання світу. Авторська свідомість акцентує на важливих подіях шляхом використання мовного інструментарію. Таким чином, митець створює неповторну модель світу, що формується навколо центральної позиції автора [15; 18].

Егоцентричність поетичних творів висуває особливі вимоги до визначення її меж, адже кожен поетичний твір є виявом особистості митця. Як зауважує А. В. Островська, «автор-творець безпосередньо не входить до твору, але проявляється в ньому у вигляді суб'єктивних форм вияву авторської свідомості» [10, с. 53]. Акцент на виявленні переводить дослідника у мовну канву тексту, де

саме лінгвістичні текстові маркери спрямовують читача до площини егоцентричності.

Простір егоцентричності поетичних творів у текстовій канві вербального рівня обмежується контекстами, які у своєму складі містять показники егоцентричності. Задля об'єктивності розвідки, такими показниками пропонуємо вважати слова-егоцентрики як мовний індикатор я-орієнтації в тексті [6, с.14].

Егоцентричними вважаються слова, орієнтовані на мовця, а саме: «Я» – той, хто перебуває «ТУТ» і «ЗАРАЗ» [6, с.14]. Окрім займенника першої особи однини подібними характеристиками наділено і займенник «ТИ» як опозиційний до «Я». Отже, «ТИ» не може існувати без «Я», адже «Я» звертається саме до нього. На противагу цим займенникам виступають займенники третьої особи – вони існують в іншому просторі і не вступають у пряму опозицію до «Я», а отже є позбавленими характеристик егоцентричності. Так, наприклад, рядки «*I asked for much; I received much*» (LG) завдяки використанню займенника першої особи однини «І» вважаємо площиною вияву егоцентричності.

Віршовані тексти є особливими за своєю структурною організацією мовного матеріалу, створюючи окремий підвид художньої картини світу – поетичну [7]. Поетичні тексти, а особливо ліричні, є виявом особистісних переживань митця. Так, крізь різноманітні образи – природи, почуттів, подій – передаються переживання та сподівання митця, які є відображенням власного Я.

Егоцентричність поетичного тексту формується на перетині двох площин – автора та читача. Таким чином, егоцентричним поетичний текст можна вважати лише тоді, коли площина егоцентричності автора накладається на площину читача, який стає частиною твору. Читач, у такому випадку, стає співтворцем твору. Таку двовекторну егоцентричність Ю.В. Казарін визначає як систему смислів, образів і уявлень, сформованих в уяві автора і читача [7, с. 67]. Крізь поетичні твори виринає не лише автор, а і читач, який завдяки своїм здатностям інтерпретувати твір вибудовує своє власне «Я».

Те, як людина відчуває себе у світі, з чим асоціює і як себе виявляє залежить від соціальних, політичних та культурних факторів. Митці художнього слова, відповідно, говорять голосом, народженим у певних соціо-культурних умовах, які є важливим фактором їх формування.

Впродовж свого життя Луїза боролася з «внутрішнім» ворогом: у підлітковому віці у неї роз-

винулася «нервова анорексія», через що дівчина мусила призупинити навчання. Коледж Луїза так і не закінчила, але відвідувала семінари та майстер-класи для нетрадиційних студентів. Поезія стала її порятунком, вилікувавши психологічні рани дитинства. Глік наразі має численні нагороди та стипендії за свою роботи, у 2020 році вона стала володаркою Нобелівської премії у галузі літератури.

Луїза Глік є яскравою представницею традицій модернізму: вільна у формі і змісті, вона експериментує з розміром. Так, нерідко помічаємо вільну структуру текстів, де розмір змінюється впродовж одного твору: «*You die when your spirit dies. / ... / Soon the spirit will give up – / All the chairs in the world won't help you*» (LG). У наведеному прикладі спостерігаємо чергування дво- та тристопного розміру в межах одного твору. Така формальна організація є типовою для представниць американської жіночої поезії. На своєму шляху американська поезія зазнала суттєвих змін: у її витоків стояла А. Бредстріт, типова представниця «колоніальної» поезії, яка наслідувала Британську поетичну традицію [5, с. 75]. Експериментувати з формою починає Емілі Дікінсон, її підхоплюють представниці «сповідальної» поезії (А. Секстон та С. Плат) [3]. У текстах модерністок та пост-модерністок спостерігаємо численні експерименти з формою. Саме в цей час важливим стає і «голос меншин» (латиноамериканська, африканська традиція), які додають нових форм та яскравого звучання. Таким чином, можемо припустити, що соціо-культурний аспект є важливим для формальної організації поетичних текстів.

У текстах Луїзи Глік відзначаємо «хаотичність» тематичних ліній, які закріплені неоднорідною формальною структурою тексту. Так, єдину ідею часто доволі складно визначити: зміни фокусів впливають і на образність твору. Наприклад: «*I asked for much; I received much. / I asked for much; I received little, I received / next to nothing*» (LG). Перші рядки вірша створюють егоцентричний ракурс, відразу спрямовуючи сприйняття у площину «Я». Авторка залучає читача у світ свого «Я», у якому і читач сприймає цей текст як звернений на себе. Фінальні рядки змінюють ракурс у площину «інший», де «Я» протиставляється «Він». «... *he was a fool, thinking / it could be controlled. He should have said / I have nothing, I am at your mercy*» (LG). Відзначаємо і різницю у структурно-метричній організації перших і останніх рядків – від чіткого ямбу на початку до змішаного в останній строфі. Щобільше, варто

наголосити і на організації строфічної побудови: у текстах авторки спостерігаємо неоднорідність, де всі строфи є різними за кількістю рядків. Така структурна організація поетичних текстів дає змогу охарактеризувати фокус егоцентричності Луїзі Глік як змінний.

Образна площина егоцентричності – це втілення уявлення про себе у поетичних текстах крізь метафоричні конструкції, що у своїй структурі мають маркери егоцентричності. Площина егоцентричності поетичних текстів Л. Глік охоплює теми кохання, життя, боротьби та самопізнання. Така «Я»-позиція авторки є зрозумілою: якщо теми кохання і життя є вічними для творчості, то фокус егоцентричності у площині боротьби та самопізнання несуть соціо-культурний відбиток.

Розглянемо егоцентричні рядки з поетичного твору американської авторки: «*O wrong, wrong – it was my nature. // I was hard-hearted, remote. // I was selfish, rigid to the point of tyranny*» (LG). Виділені займенники першої особи однини спрямовують читача у площину самопізнання митця: так, у цих рядках утілено пошуки авторки самої себе з позиції самоаналізу. Глік визнає, що вона була «егоїстичною» та «тиранічною». Займенник «Я» у сильній (початковій) позиції у структурі речення підкреслює загальний фокус егоцентричності рядків. Однорідність структури речення, а саме однорідність присудка («*I was hard-hearted, remote. // I was selfish, rigid to the point of tyranny*») надають строфі енергії звучання завдяки нарощенню смислів у межах однієї структури. Стилїстично важливим є і перше речення («*O wrong, wrong – it was my nature*»): непрямий порядок слів підкреслює позицію авторки, наголошуючи на тому, що вона «була неправа». Важливим для Глік є самоаналіз і визнання своїх помилок, що авторка й утілює у зазначених вище рядках.

Така концептуалізація егоцентричності є доволі типовою для представниць американської жіночої поезії модернізму і пост-модернізму [3; 4]. Занурення у власне «Я» у спробі віднайти рішення на найважливіші питання життя, проаналізувати свої помилки та визначати шляхи самовдосконалення акцентують активну позицію у пошуках власного «Я».

У поезії «*My memory*» віднаходимо егоцентричність на перетині тематичних площин «кохання» і «самопізнання»:

*Long ago, I was wounded. I lived
to revenge myself
against my father, not
for what he was--
for what I was: from the beginning of time,*

*in childhood, I thought
that pain meant
I was not loved.
It meant I love* (LG).

Кожен рядок поетичного твору «*My memory*» несе відбиток авторки: займенники першої особи однини спрямовують читача у площину егоцентричності. Самоаналіз занурення у своє минуле перетинається з лінією кохання. Дитинство вирінає болючою темою, адже спогади про батька закарбувалися почуттями «нелюбові». Однак, крізь самопізнання авторка сягає власного розуміння кохання, що можна узагальнити такими рядками: «*I thought // that pain meant // I was not loved. // It meant I loved*» (LG). «Любити» для авторки означає «відчувати біль»: тема складного дитинства є провідною у творчості авторки, і життєві негаразди, включаючи психологічні проблеми, Луїза несе крізь усе своє життя.

На підтвердження цього наведемо такі рядки: «*Long ago, I was wounded. // I lived to revenge myself against my father*» (LG). Тема кохання тісно вплетена у тему життя. Лексичні одиниці «поранена» та «реванш» метафорично зображують життя у термінах війни та боротьби, наголошуючи на вічному протистоянні доброго та лихого.

Узагальнюючи образний простір поезії Луїзі Глік, варто наголосити, що власне «Я» авторки, незалежно від загальної тематики поетичного тексту, спрямоване на себе. Це означає, що авторка є центром не лише свого всесвіту, а життя у цілому. Така егоцентричність притаманна західному суспільству, в якому індивідуалізм є орієнтиром розвитку кожної особистості.

Метафорика простору егоцентричності вибудовується на образах війни, протистояння та боротьби. Такий загальний «темний» спектр образності надає поезії Луїзі Глік депресивного забарвлення. Витоки цих творчих пошуків знаходимо у біографії поетки: складні відносини з батьком, напружені стосунки з однолітками, схильність до депресивних станів супроводжували Луїзу все життя («*It is terrible to survive as consciousness buried in the dark earth*»).

Однак, ретельний самоаналіз та самовдосконалення допомогли Луїзі подолати складний етап життя. Композиційно поетичні тексти авторки часто будуються на антитезі, де крізь біди та негоди (початок твору) авторка сягає розуміння себе, ситуації, і, як результат, досягає щастя та просвітлення:

*Long ago, I was wounded. I lived
to revenge myself*

*against my father, not
for what he was--
for what I was...*

...

*I tell you I could speak again: whatever
returns from oblivion returns
to find a voice:*

*from the center of my life came
a great fountain, deep blue
shadows on azure seawater.* (Extract from «Harpiness», LG)

У першій строфі авторка згадує своє «болюче» дитинство, в якому кохання (або його відсутність) спричиняло «рани» («wounded»), тілесні та душевні. Остання рядки лунають прозрінням та очищенням від болю та страждань: не випадково авторка використовує образ води («*deep blue shadows on azure seawaters*») на знак переродження та просвітлення. Вода, як відомо, є символом чистоти: не випадково дитину під час хрещення занурюють у воду, яка, очищуючи, веде її до нового життя. Однак, звернемо увагу на слово «*shadow*» («тінь»), яке авторка вживає в останньому рядку: припускаємо, що, незважаючи на прагнення бути щасливою та вільною, Луїза відчуває загрозу та розуміє небезпеку.

Висновки і пропозиції. Дослідження поезики у ракурсі егоцентричності з проєкцією кризь соціо-культурну складову уможливають

розгляд поетичних текстів у площині самореферентності. Такий підхід до прочитання та тлумачення текстів створює спільний Я-всесвіт, переломлений кризь концептуальну картину світу автора і читача. Площина самореферентності на текстовому рівні зафіксована структурно та образно. Структурно будова поетичних текстів Луїзи Глік є хаотичною і несталою, що може свідчити як про традиційні тенденції віршоскладання представниць американського пост-модернізму, так і про власне світовідчуття. Спрямованість текстів авторки можна охарактеризувати не лише у термінах направленості на себе, але і як загальне світосприйняття та світобудову навколо власної особистості. «Я» поетки є центральним у зображенні соціальних та політичних процесів: авторка не споглядає, а є активним учасником як власного, так і суспільного життя. Образна площина егоцентричності поезії Луїзи Глік наповнена метафорами кохання, боротьби та самопізнання, які окреслюють основні життєві орієнтири авторки.

Перспективою подальших досліджень вважаємо можливість застосування розробленого алгоритму визначення егоцентричності до більш широкого спектру текстів. Цікавими також видаються дослідження у зіставному та гендерному аспектах. У цілому, пошуки у річищі егоцентричності сприятимуть більш глибокому аналізу поетичних текстів у всіх їх багат шаровості та різнобарвності.

Список літератури:

1. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск : Литература, 1998. 1388 с.
2. Белехова Л.І. *Різномасштабне дослідження поетичного мовлення* : збірник наукових праць / відп. ред. Я.М. Просяннікова. Херсон : Айлант, 2018. 180 с.
3. Денисова Т.Н. *Історія американської літератури ХХ століття*. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 487 с.
4. Еліот Т.С. *Музика поезії* / пер. с англ. М. Рябчука, О. Лишеги / Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. М.О. Зубрицької. 2-е вид. Львів : Літопис, 2001. С. 95–106.
5. Ємець Н.О. Порівняльний аналіз концептуального простору ЕГО тематичної лінії *божественного* у творах А. Бредстріт та Д. Левертів. *Закарпатські філологічні студії Ужгородського національного Університету. Серія «Філологічна»*. 2020. Вип. 13. Том 2. С. 73–78.
6. Йоселевич Н.В. Суб'єктивізація як процес розвитку его-категорії в руському мові. *Вестник МГОУ. Серія «Русская Филология»*. 2012. Вып. 1. С. 13–17.
7. Казарин Ю.В. *Поэтический текст как система* : монографія. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1999. 260 с.
8. Маслова Ж.Н. *Когнитивная концепция поэтической картины мира* : монографія. Москва : Флинта, 2012. 420 с.
9. Мид Дж. Г. *Разум, Я и Общество*. Москва, 1934. 367 с.
10. Островська А.В. *Форми вираження авторської свідомості в творчості письменників нової генерації к. ХІХ – п. ХХ ст. (на матеріалі малої прози В. Стефаніка, О. Кобилянської, М. Коцюбинського)* : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. Донецьк : ДНУ, 1999. 205 с.
11. Рапай К. *Культурний код. Альпіна публішер*, 2019. 236 с.
12. Рассел Б. *Человеческое познание. Его сферы и границы*. Москва, 1957. 560 с.

13. Редька І.А. Синестезійна образність поетичного тексту : лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської жіночої поезії кінця ХІХ – початку ХХІ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2009. 23с.
14. Роджерс К.Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. Москва : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. 480 с.
15. Тарасова И.А. Когнитивная поэтика: предмет, терминология, методы : монография. Саратов : Научная книга, 2016. 222 с.
16. Фрейд, З. Основные психологические теории в психоанализе / пер. М.В. Вульф, А.А. Спектор. Москва : АСТ, 2006. 400 с.
17. Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного / пер. с нем. В.В. Зеленского / Архетип и символ. Москва : Ренессанс, 1991. С. 95–128.
18. Steen Gerard J., et al. A method for Linguistic Metaphor Identification. *Converging Evidence in Language and Communication Research*. Vol. 14. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2011. 238 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

LG – Louise Gluck. Poetry. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poets/louise-gluck> (дата звернення: 10.10.2021)

Yemets N. O. SOCIO-CULTURAL I-CENTRICITY DETERMINANT IN LOUISE GLUCK POETRY

The article presents the egocentricity analysis of the American poet Louise Gluck texts in socio-cultural perspective. Egocentricity is defined in terms of self-projection where I serves as the starting point of further investigations of author's poetics regarding the poetic texts structure and imagery. Socio-cultural component is viewed as an important determinant in author's poetics. I-centricity category of texts in the linguistic plane is limited to the metaphoric constructions with egocentric words (I, HERE, NOW). These linguistic triggers fix the poetic texts contexts in the author's egocentricity plane that serves the ground for their further analysis of structural and imagery characteristics. Conclusions drawn state that Louise Gluck's poetic texts structural layout tends to be rather chaotic: deviations in rhythmic patterns and stanza structure create the atmosphere of chaos and ambiguity that, in their turn, determine the text imagery as well. I-centered metaphoric contexts of Louise Gluck's poetry thematically uncovers the topics of love, struggle and self-reflection. This thematic focus can be considered socially determined: biographical facts prove the relevance of such topicality of the poetic texts. The general I-angle of poetry is defined as projection to I that as well supports the idea of socio-cultural influence. The perspective of further investigations in the egocentricity perspective lies in the possibility of the developed algorithm implementation not only in the poetic but in prosaic texts analysis as well. Different multi-aspect investigations of egocentricity, such as contrastive or gender analysis, present the scientific interest as well.

Key words: American female poetry, egocentricity, conceptual studies, poetics, poetic picture of the world, I-centricity.

Іванців О. В.

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРІКА АНГЛОМОВНОГО ІМІДЖЕВОГО КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСУ

У статті виявлено та проаналізовано антропоморфні концептуальні метафори, які є основою метафоричної моделі «Бізнес – це людина», в контексті побудови корпоративного іміджу міжнародної косметичної компанії. Матеріалом дослідження слугували 80 текстів англomовних прес-релізів за 2015–2021 роки, розміщених на офіційних веб-сайтах таких міжнародних косметичних компаній, як Avon, Estée Lauder Companies, Mary Kay та Revlon.

Одним із найефективніших засобів формування іміджу є концептуальна метафора, дослідження якої у різних типах дискурсу є перспективним напрямом когнітивної лінгвістики. Згідно з теорією концептуальної метафори, знання людини про світ структуровані у вигляді ментальних моделей. Однією з базових ментальних моделей, яка бере участь у створенні нового способу представлення й осмислення об'єкта, є метафорична модель, яка позначає групу концептуальних метафор, об'єднаних однією сферою-джерелом. Методика аналізу метафоричних моделей, яка застосовується у нашому дослідженні, ґрунтується на описі їх фреймо-слотової структури.

На основі текстів англomовних прес-релізів міжнародних косметичних компаній виокремлено одну з домінуючих метафоричних моделей у сучасному англomовному іміджевому корпоративному дискурсі – «Бізнес – це людина». Багатогранність життєдіяльності людини – від елементарних фізіологічних процесів до складних явищ, пов'язаних із соціальним життям, – розкриває широкі можливості утворення антропоморфної метафори в косметичній індустрії. Метафорична модель «Бізнес – це людина», що представляє концептуальний вектор завершеності та досконалості, відіграє важливу роль у процесі формування корпоративного іміджу. Вона дозволяє іміджмейкерам створити потужний образ косметичної компанії як досконалого організму з його багатогранною природою.

Ключові слова: концептуальна метафора, метафорична модель, фреймо-слотова структура, корпоративний імідж, іміджевий корпоративний дискурс.

Постановка проблеми. У межах когнітивно-дискурсивної парадигми сучасної лінгвістики методика метафоричного моделювання набуває особливого значення. Передусім це стосується сучасного англomовного іміджевого корпоративного дискурсу як повноцінного продукту мисленнево-мовленнєвої діяльності, який формує необхідні уявлення в цільовій аудиторії про суб'єкта економічної діяльності та регулює її думку стосовно нього. Процес створення іміджу компанії має когнітивну природу. Він відображає мисленнєві процеси сприйняття інформації, її відбору, систематизації й структурування. Уже створений імідж, реалізований у тому чи іншому іміджевому тексті, постає певним варіантом моделі світу або її фрагмента, що виявляється на рівні фреймо-слотової структури метафоричних моделей.

Актуальність дослідження визначається необхідністю опису метафоричного моделювання як лінгвокогнітивного засобу формування корпоративного іміджу в косметичній індустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теорія метафоричного моделювання розвинулася на основі теорії концептуальної метафори (Дж. Лакофф, М. Джонсон [7; 8]) та теорії регулярної багатозначності (А. П. Чудінов [4] та ін.).

Згідно з теорією концептуальної метафори, знання людини про світ структуровані у вигляді ментальних моделей [6]. Поняття «ментальна модель» тлумачать як структуру репрезентації знань, яка відповідає структурі представленої ситуації та об'єднує інформацію усіх сенсорних систем про те, що є можливим у навколишньому світі [2: 380].

Однією з базових ментальних моделей, яка бере участь у створенні нового способу представлення й осмислення об'єкта (явища, сутності), є метафорична модель, яка позначає групу концептуальних метафор, об'єднаних однією сферою-джерелом. Метафоричну модель трактують як схему зв'язку між ментальними сферами, яка існує або формується у свідомості носіїв мови, і котру можна

представити певною формулою: “X – це Y” [3]. Відповідно до цієї формули, система фреймів однієї понятійної сфери слугує основою для моделювання іншої ментальної системи.

Наше дослідження ґрунтується на методиці аналізу метафоричних моделей, що включає шість етапів [3]: 1) характеристика сфери-джерела – понятійної сфери, до якої належать неметафоричні значення охоплених моделлю одиниць; 2) характеристика сфери-цілі – понятійної сфери, до якої відносяться метафоричні смисли відповідних одиниць моделі; 3) аналіз фреймів, що належать до певної метафоричної моделі. Фрейм – це структура репрезентації знань, у якій відображено набуту інформацію про певну стереотипну ситуацію і про текст, що її описує [2: 771]; 4) визначення типових слотів, що входять до складу кожного фрейму, тобто елементів ситуації, які включають певну частину фрейму, аспект його конкретизації; 5) виділення компоненту, який пов’язує первинне й вторинне значення одиниць, що охоплені певною метафоричною моделлю; 6) опис дискурсивної характеристики метафоричної моделі, тобто типових для відповідних метафор концептуальних векторів, головних емотивних характеристик і прагматичного потенціалу метафоричної моделі.

Постановка завдання. Мета статті полягає у виявленні та аналізі антропоморфних концептуальних метафор, які є основою метафоричної моделі «Бізнес – це людина», в контексті побудови корпоративного іміджу міжнародної косметичної компанії. **Матеріалом дослідження** слугували **80 текстів** англomовних прес-релізів за 2015–2021 роки, розміщених на офіційних веб-сайтах таких міжнародних косметичних компаній, як *Avon, Estée Lauder Companies, Mary Kay* та *Revlon*.

Виклад основного матеріалу. У сучасному англomовному іміджевому корпоративному дискурсі ми виокремили *метафоричну модель* «Бізнес – це людина» як лінгвокогнітивний засіб конструювання іміджу косметичної компанії. Вона розглядається як провідний механізм у кодуванні інформації про діяльність бізнес-структури. Косметичні компанії концептуалізуються в образі людини, її тіла з фізіологічними процесами, які відбуваються в ньому. Фізичне, психічне, соціальне життя людини, сімейні стосунки знаходять відображення в досліджуваному дискурсі. Людина моделює реальність ведення бізнесу по своїй подобі. Це дає змогу метафорично інтерпретувати складні поняття та процеси у сфері бізнесу як добре відомі реалії. В іміджевому корпоратив-

ному дискурсі антропоморфна метафора утворена на основі різних аналогій, таких, як назви частин тіла людини, родинні стосунки, біологічні та соціальні характеристики людини.

У процесі моделювання компанії за зразком організму людини адресант досліджуваного дискурсу має на меті надати реаліям у сфері косметичного бізнесу ознак завершеності та досконалості, оскільки «антропоморфна метафорика має значення органічності розвитку, підпорядкованості законам природи» [1, с. 51] і відображає психологічну потребу людини в створенні духовної гармонії [5, с. 246].

Метафорична модель «Бізнес – це людина» дає змогу чітко організувати діяльність у косметичній компанії за принципом будови людського тіла та організації процесів життєдіяльності людини.

Розглянемо фреймову структуру цієї моделі на основі аналізу вихідної понятійної сфери. Її формують наступні фрейми: «Частини тіла», «Фізіологічні процеси», «Характер та емоційний стан», «Дії людини», «Сімейні стосунки».

1. Фрейм «Частини тіла»

Номінації частин людського тіла створюють уявлення про косметичну компанію як про добре збудований організм людини. Оскільки кожна частина тіла є життєво важливою для функціонування людського організму, наявність таких метафор в іміджевих текстах свідчить про прагнення адресанта наголосити на значущості елементів ведення бізнесу в косметичній індустрії. До складу цього фрейму входять такі слоти: «Голова», «Серце», «Обличчя».

Слот 1.1. Голова

Голова виконує функцію управління, загального керівництва організмом людини. У досліджуваному дискурсі концепт «голова» (*head*) використовується для метафоричного представлення керівників бізнес-структур, наприклад: *Attendees at the Summit will include pre-eminent female heads of business, members of the media, and key leaders from non-profit organizations that have made great strides to benefit women* [9].

Слот 1.2. Серце

Серце є центральним за розміщенням та важливістю органом, який забезпечує загальне функціонування організму людини. В англomовному іміджевому дискурсі косметичних компаній концепт «серце» (*heart*) слугує просторовим орієнтиром, метафорично використовується у значенні «центр», «ядро», «серцевина», що ілюструє наступний приклад: *The core values that Estée Lauder established – creativity, entrepreneurship,*

integrity – remain at the heart of The Estée Lauder Companies, now the global leader in prestige beauty, where High-Touch is the cornerstone of its service [10]. Наведений текстовий фрагмент свідчить про те, що такі цінності, як творчість, підприємливість та цілісність займають важливе місце в діяльності групи компаній *Estée Lauder*.

Крім того, в англomовних корпоративних прес-релізах концепт «серце» використовується для характеристики емоційного стану та позначає вмістилище душі. Змалювання косметичних компаній як таких, що мають серце (*heart*), дає змогу підкреслити їхнє духовне начало, як, приміром, у наступному прикладі: *It was a company, as Mary Kay Ash often said, “with heart”* [11]. У наведеному контексті антропоморфна метафора вживається для позиціонування компанії *Mary Kay* на міжнародному ринку парфумерно-косметичних товарів як такої, що активно займається благодійною діяльністю та прагне змінити світ на краще.

Слот 1.3. Обличчя

Аналіз матеріалу дослідження показав, що іміджмейкери використовують концепт «обличчя» (*face*) для позначення вияву істинної сутності організації, основи для сприйняття цільовою аудиторією та формування позитивного корпоративного іміджу, наприклад: *Avon, Inc. today announced a partnership with award-winning international actress, Jacqueline Bisset, who will serve as the face of the revolutionary ANEW Platinum line* [9]. Як свідчить наведений приклад, косметичні компанії часто співпрацюють зі знаменитостями, які слугують обличчям організації або певної лінії продукції, яку вона виготовляє. Їхнє відоме ім'я та здобута блискуча репутація сприятимуть побудові необхідного іміджу бізнес-структури.

2. Фрейм «Фізіологічні процеси»

Певні явища та процеси економічної діяльності в косметичній індустрії можуть бути метафорично представлені у вигляді процесів життєдіяльності людини. Виділимо основні слоти цього фрейму.

Слот 2.1. Народження

Початок діяльності нової косметичної компанії на міжнародному ринку, поява нових благодійних проєктів, ліній парфумерно-косметичних товарів осмислюються в досліджуваному дискурсі як народження. В основі цієї метафори знаходиться передусім пасивна конструкція *be born* (народжуватися), наприклад: *“I’ve always loved Origins, and coming to the brand, I’ve really learned so much about its history. It was born in the 1980s during an explosion of excess...,” said Jane Lauder* [10].

Слот 2.2. Піст

Міжнародні косметичні корпорації характеризуються активним ростом на своєму сегменті ринку. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив використання номінацій «рости» (*grow*) та «ріст» (*growth*) в іміджевих текстах міжнародних косметичних компаній, що яскраво проілюстровано в наступних прикладах: *From its meager start in a 500-square-foot storefront in Dallas, Texas, Mary Kay Inc. has grown into an international cosmetics powerhouse* [11].

Слот 2.3. Дихання

У людському організмі дихання забезпечує створення сприятливої атмосфери для життєдіяльності. У текстах англomовних прес-релізів продукція косметичних компаній осмислюється як така, що дихає (*breathable*), та характеризується здатністю вдихати життя в шкіру (*breathe life into the skin*), тобто забезпечувати її здоров'я й красу, наприклад: *Stressed, irritated skin appears soothed, as the oxygenating benefits of a concentrated brown algae, Laminaria digitata, breathes life into the skin* [10].

3. Фрейм «Характер та емоційний стан»

За зразком людського організму суб'єкти економічної діяльності виступають як істоти, у яких, крім біологічних характеристик, присутня ментальна та емоційно-вольова сфери. Кожен з них має свій характер, вони здатні виявляти почуття, перебувати в різних душевних станах і настроях. Фрейм представлений слотами «Риси характеру» та «Емоційний стан».

Слот 3.1. Риси характеру

У досліджуваному дискурсі косметичні компанії наділені рисами характеру, сукупність яких дає змогу створити уявлення про особливості їхнього функціонування на ринку парфумерно-косметичних товарів, наприклад: *“As the company for women, Avon feels an obligation and responsibility to play a leadership role in helping to improve the lives of women around the world, and we truly believe we can make a difference,” says Ms. Jung* [9]; *“... Avon understands women, and we also understand the power of the individual to effect significant change,” said Ms. Jung* [9]. Із наведених прикладів можна зробити висновок про те, що компанія *Avon* є бізнес-структурою, яка відчуває свій обов'язок і відповідальність (*feels an obligation and responsibility*) та з розумінням ставиться до жінок (*understands women*).

Слот 3.2. Емоційний стан

Суб'єкти сучасного англomовного іміджевого корпоративного дискурсу демонструють у текстах

прес-релізів різні емоційні стани: вони бувають радісними (*delighted*), захопленими (*thrilled*), відчують насолоду (*enjoy*), наприклад: “*Revlon was thrilled to partner with rag & bone and offer our consumers the chance of a lifetime ...*,” says Martine Williamson, VP of Marketing for Revlon [12].

4. Фрейм «Дії людини»

За допомогою назв дій людини авторам англomовних корпоративних прес-релізів вдається метафорично представити головні напрями діяльності бізнес-структур. Розглянемо наведений нижче фрагмент:

This is the company that puts mascara on lashes and food on tables that fights wrinkles with one hand and Breast Cancer with the other. That knows the value of a perfect lip, but still opens its mouth and speaks out against Domestic Violence and for women’s financial independence. This is the company that not only brings beauty to doors, but also opens them. The company that supports more than 6 million Representatives in over 100 countries. This is Avon. The company that for more than 125 years has stood for beauty, innovation, optimism and above all for women [9].

Цей уривок демонструє метафоричне представлення косметичної компанії *Avon* в образі людини, яка накладає туш на вії та їжу на стіл (*puts mascara on lashes and food on tables*), однією рукою бореться зі зморшками, а іншою – із раком молочної залози (*fights wrinkles with one hand and Breast Cancer with the other*), яка знає цінність ідеальних губ (*knows the value of a perfect lip*), але все ж виступає проти домашнього насильства й за фінансову незалежність жінок (*opens its mouth and speaks out against Domestic Violence and for women’s financial independence*). Це корпорація, яка не лише приносить красу до дверей дому кожного (*brings beauty to doors*), але й відчиняє їх (*opens them*). Як свідчить цей текстовий фрагмент, косметична компанія *Avon* позиціонує себе як організація, що займається не лише основним видом своєї діяльності – виробництвом засобів для краси, але й бере активну участь у різноманітних благодійних проектах, а також піклується про фінансову незалежність жінок.

5. Фрейм «Сімейні стосунки»

Стосунки між керівництвом косметичної компанії й підлеглими, а також між самими співробітниками часто можуть бути концептуально представлені як взаємини між найближчими людьми в сім’ї, які будуються на засадах сімейної етики. Структуру цього фрейму формують такі слоти, як «Одруження», «Сім’я» та «Члени сім’ї».

Слот 5.1. Одруження

Тісний союз сучасних досягнень науки й мистецтва задля створення високоякісної парфумерно-косметичної продукції в межах досліджуваного дискурсу осмислюється як одруження (*marriage*), наприклад: **THE MARRIAGE OF ART & SCIENCE** [10].

У наступному текстовому фрагменті єднання людського спілкування з новітніми технологіями з метою розробки низки цифрових засобів ведення бізнесу косметичною компанією *Avon* характеризується як укладання шлюбу та знаходить образне вираження за допомогою номінації «одружуватися» (*marry*): *The company needed to marry high tech with high touch. And it did* [9].

Слот 5.2. Сім’я

В іміджевому корпоративному дискурсі косметичну компанію часто метафорично представляють як сім’ю (*family*), до складу якої входять філії, окремі бренди, засновники, керівники та працівники, як, приміром, у наступних прикладах: *We are a family of distinctive brands and entrepreneurial business leaders* [10]. Метафора сім’ї в наведеному фрагменті дискурсу відображає природу взаємин між різними брендами групи компаній *Estée Lauder Companies*, між керівництвом організацій і підлеглими та між самими працівниками, що характеризується повагою, взаєморозумінням і гармонією. Такий позитивний образ дозволяє створити імідж корпорації як ідеального місця роботи.

Слот 5.3. Члени сім’ї

Стосунки між людьми в межах досліджуваного дискурсу знаходять вираження за допомогою метафор цього слоту. Засновники та керівники бізнес-структур часто виступають у ролі турботливої матері (*mother*), яка піклується про своїх дітей (*children*), тобто працівників організації, наприклад: “*Sometimes,*” says Mary Kay Ash, “*I’m like a mother who wants to give her children the things she didn’t have*” [11].

У наступному сегменті дискурсу працівники компанії *Mary Kay* постають як члени однієї великої родини (*family members*), які об’єднали свої зусилля для волонтерської діяльності з нагоди 100-ї річниці Міжнародного дня жінок: *Thousands of “Mary Kay family members” in more than 35 countries helped their fellow neighbors by volunteering more than 430,510 hours of community service...* [11].

Висновки. Таким чином, аналіз фактичного матеріалу показує, що метафорична модель «Бізнес – це людина» в сучасному англomовному

іміджевому дискурсі косметичних компаній детально структурована й має значний прагматичний потенціал. Багатогранність життєдіяльності людини – від елементарних фізіологічних процесів до складних явищ, пов'язаних із соціальним життям людини, – розкриває широкі можливості утворення антропоморфної мета-

фори, яка виявляє прагнення адресанта охарактеризувати реалії у сфері косметичного бізнесу за зрозумілою для більшості шкалою цінностей. Подальші наукові пошуки можна спрямувати на опис інших метафоричних моделей у сучасному англійському іміджевому корпоративному дискурсі.

Список літератури:

1. Дацишин Х. П. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Львів, 2004. 208 с.
2. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. П. : Довкілля-К, 2011. 844 с.
3. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург : Уральский гуманитарный институт, 2003. 118 с.
4. Чудинов А. П. Регулярное семантическое варьирование в русской глагольной лексике : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01. Свердловск, 1990. 348 с.
5. Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності). Львів : Місіонер, 2000. 300 с.
6. Johnson-Laird P. N. Mental models. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1983.
7. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.
8. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. Metaphor and Thought. Cambridge, 1993. P. 202–252.

Список джерел ілюстративного матеріалу

9. Avon Products Media Centre. URL: <http://media.avoncompany.com/index.php>
10. Estée Lauder Companies Press Releases. URL: <http://www.elcompanies.com/Pages/Press-Releases.aspx>
11. Mary Kay Press Room. URL: <http://www.marykay.com/en-US/About-Mary-Kay/PressRoom>
12. Revlon. URL: <http://www.revlon.com>

Ivantsiv O. V. ANTHROPOMORPHIC METAPHORS OF THE ENGLISH CORPORATE DISCOURSE OF IMAGE-MAKING

The article focuses on analysing anthropomorphic conceptual metaphors within the metaphorical model “Business is a human being” in the context of cosmetic company’s corporate image development. The research data includes an electronic corpus of 80 press releases issued by four international cosmetic companies, namely Avon, Estee Lauder Companies, Mary Kay and Revlon between 2015 and 2021 and accessed on the company’s websites.

One of the most effective means of image formation is a conceptual metaphor, the study of which in various discourse types is a promising trend of cognitive linguistics. *According to the theory of conceptual metaphor, human knowledge about the world is structured in the form of mental models. One of the basic mental models involved in the creation of a new way of presenting and interpreting an object is a metaphorical model. This notion is used for designating a group of conceptual metaphors united by one source domain. The methodology of analysing metaphorical models applied in this research is based on the consideration of the model’s frame-slot structure.*

The study results in singling out one of the main metaphorical models within the English corporate discourse of image-making – “Business is a human being”. The diversity of human life – from basic physiological processes to complex phenomena related to social life – reveals wide possibilities for the formation of anthropomorphic metaphors in the cosmetic industry. The metaphorical model “Business is a human being”, which represents the conceptual vector of completeness and perfection, plays an important role in the process of corporate image formation. It allows image-makers to develop a powerful image of a cosmetic company as a perfect organism with its multifaceted nature.

Key words: *conceptual metaphor, metaphorical model, frame-slot structure, corporate image, corporate discourse of image-making.*

Карп М. А.

КОНТАМІНОВАНА КОГЕРЕНТНІСТЬ У ФУНКЦІЇ СУМІСНОСТІ СИТУАТИВНО-РЕФЕРЕНЦІЙНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЗНАКІВ

Метою дослідження є вияв і характеристика структурно-семіотичних і наративних аспектів категорії когерентності англійських мультимодальних літературних казок, що визначають їхній текстотвірний характер. Досягнення окресленої мети передбачає необхідність вирішення таких завдань: схарактеризувати текстотвірну категорію когерентності в системі сучасного мовознавства; розробити семіотико-наративний підхід до аналізу засобів когерентності в англійських мультимодальних літературних казках Філіпа Арда; описати види зв'язків контамінованої когерентності в англійських мультимодальних літературних казках Філіпа Арда; проаналізувати вербальну й невербальну взаємодію складників контамінованої когерентності в структурі аналізованих літературних казок; висвітлити текстотвірний потенціал контамінованої когерентності в аналізованих літературних казках; установити домінуючі структурно-семіотичні й наративні риси творення контамінованої когерентності у літературних казках. У відсотковому співвідношенні контамінована когерентність, репрезентована ситуативною референцією за ознакою мікро-, мезо- та макровкраплення у художньому прозовому тексті англійської мультимодальної літературної казки Філіпа Арда, актуалізується так: мікровкраплення (22%), мезовкраплення (56%) та макровкраплення (22%). Контамінована когерентність у функції сумісності ситуативних референційних властивостей знаків полягає в ідентифікації вербального складника, репрезентованого особовими займенниками (*I, you*), шляхом посилання на контекст ситуації, віддзеркалений в ілюстраціях іконічного складника. Параграфемний складник виконує смисловіокремлювальну функцію, маркуючи вербальну ситуативну референцію та акцентуючи на ній увагу адресата. У тексті англійської мультимодальної літературної казки Філіпа Арда адресат виконує функцію невидимого персонажа, ідентифікованого в контексті ситуації займенником *you* для встановлення зв'язку між чарівним світом *Grubtown tales* та реальністю. Наратор Бородань Арда, ідентифікований займенником *I*, вказує на інкорпорацію з адресантом Філіпом Арда. Адресант перевтілюється власне у живого наратора, ідентифікованого адресатом у контексті ситуації, що ґрунтується на кореляції між чарівним світом англійської мультимодальної літературної казки *Grubtown tales* та реальністю сьогодення.

Ключові слова: контамінована когерентність, англійська мультимодальна літературна казка, вербальний складник, іконічний складник, параграфемний складник, *GeM model*.

Постановка проблеми. П. К. Паардекопер запропонував жартівливу характеристику категорії когерентності, згідно з якою цілісним є висловлення, “після якого можемо перервати свого співрозмовника і при цьому не здаватися йому неввічливим” (цит. за [2]). У нашому випадку “висловленням” є текст англійської мультимодальної літературної казки (далі АМЛК) автора Філіпа Арда та художника-ілюстратора Джима Пейлота / Джеффа Данбара.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На нашу думку, дуже добре текстову когерентність описав Едгар По: “Дійшовши до кінця, ми швидко згадуємо його початок, і тому особливо чутливо сприймаємо текст цілісноформлено і переживаємо його цілісний вплив” (цит. за [4]). Когерентність художнього прозового тексту АМЛК задається

комунікативною установкою адресанта, єдиною темою, яка розкривається вербальними та невербальними засобами. Оскільки когерентність тексту забезпечується, насамперед, “єдністю комунікативної інтенції автора” [3], то науковці стверджують, що текст, у створенні якого беруть участь декілька адресантів (автор вербальної частини та художник-ілюстратор), не може бути цілісним [1; 5]. Ми частково погоджуємось із цим твердженням, тому що існують випадки, коли художники-ілюстратори не сприймають бачення художнього тексту автора, їхнє візуальне трактування не збігається з авторським та виглядає недоречним, що призводить до неможливості інтерпретації тексту адресатом. У таких випадках можна стверджувати, що такі художні прозові тексти англійської мультимодальної літературної казки втрачають когерентність.

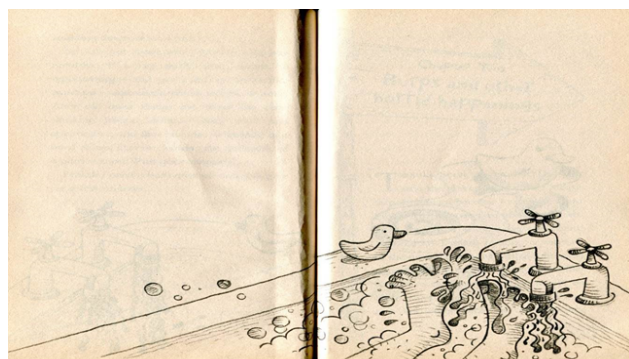
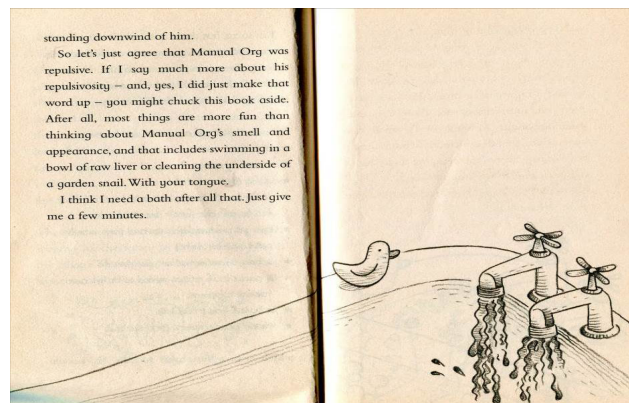
У більшості ж випадків автор художнього твору та ілюстратор працюють над єдиною темою та сюжетом, ілюстрації допомагають проникнути в задум автора вербального художнього тексту, як правило, існує гармонія візуального мислення автора та художника-ілюстратора, і хоча останній має своє бачення предмета зображення, когерентність тексту зберігається [10; 12]. У таких випадках можемо стверджувати, що когерентність тексту АМЛК забезпечується єдністю комунікативної інтенції адресантів.

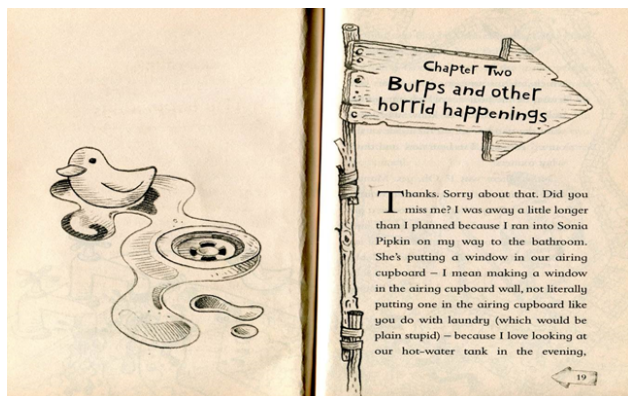
Формулювання цілей статті. Метою дослідження є вияв і характеристика структурно-семіотичних і наративних аспектів категорії когерентності англійських мультимодальних літературних казок, що визначають їхній текстотвірний характер. Досягнення окресленої мети передбачає необхідність вирішення таких завдань: схарактеризувати текстотвірну категорію когерентності в системі сучасного мовознавства; розробити семіотико-наративний підхід до аналізу засобів когерентності в англійських мультимодальних літературних казках Філіпа Арда; описати види зв'язків контамінованої когерентності в англійських мультимодальних літературних казках Філіпа Арда; проаналізувати вербальну й невербальну взаємодію складників контамінованої когерентності в структурі аналізованих літературних казок; висвітлити текстотвірний потенціал контамінованої когерентності в аналізованих літературних казках; установити домінантні структурно-семіотичні й наративні риси творення контамінованої когерентності у літературних казках.

Виклад основного матеріалу. Ситуативна референція / екзофора як засіб актуалізації лінгвальної когерентності відноситься до предмета, ідентифікованого в контексті ситуації, елементом якої є пресупозиція. Екзофора об'єднує мову з контекстом ситуації в тексті, але вона не сприяє інтеграції окремих фрагментів тексту. Ситуативна референція слугує джерелом інтерпретації конкретної надфразової єдності чи фрагмента тексту. Екзофоричними одиницями ситуативної референції є особові займенники *I, you, we* та вказівні займенники *this, that* [11, p. 31–37].

Звернімо увагу на приклад ситуативної референції (*I*) як засіб контамінованої когерентності у надфразовій єдності (третій абзац) АМЛК “Stinking Rich aNd Just Plain StiNky or A Diamond As Big As His Head” [7, p. 14–18]. У структурі змісту надфразової єдності визначаємо тему *bath*. У риторичній структурі надфразової єдності виокремлюємо сегментні одиниці *I, a few min-*

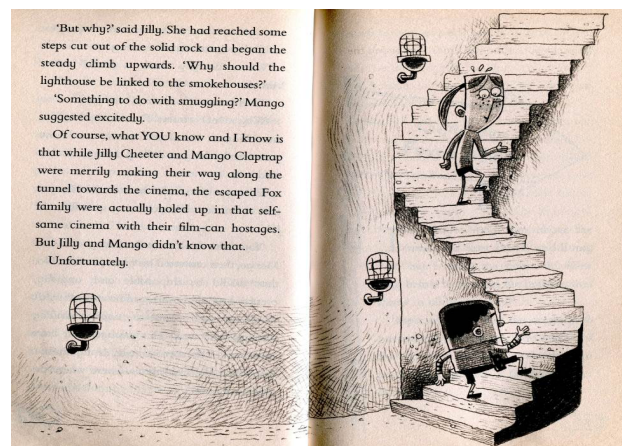
utes. Іконічний складник (*дали ІС*) охоплює три послідовні ілюстрації (1-ша, 2-га – макровкраплення, 3-тя – мезовкраплення), які візуалізують водну процедуру: 1-ша ілюстрація зображає процес набирання води; 2-га – процес купання; 3-тя – випускання води. Ілюстрації забезпечують адресата додатковою інформацією, про яку не згадується у вербальному складнику (*дали ВС*). На другій ілюстрації в особі *I* купається наратора Бородань Арда (Beardy Ardagh). Ця ілюстрація ідентифікує наратора. Займенник першої особи однини *I* маркує ідентифікуючий зв'язок між ВС та ІС – зображенням ніг наратора у ванні. Смысл словосполучення *a few minutes* детально змодельовано за допомогою трьох ілюстрацій, об'єднаних єдиною темою *bath*. У структурі макету надфразової єдності ВС, розміщений ліворуч, мігрував в ІС, який за обсягом значно перевищує його, займаючи п'ять сторінок. У навігаційній структурі надфразової єдності нумерації сторінок немає. За бажанням адресат може декодувати зміст трьох ілюстрацій у зворотному напрямку, не втрачаючи їх смислу, на противагу лінійнопорядкованим знакам ВС з їх незворотною послідовністю. У лінгвістичній структурі надфразової єдності наявна ситуативна референція, репрезентована займенником першої особи однини *I*. У плані змісту ІС семантично корелює з лексемами ВС, ідентифікуючи наратора в контексті конкретної ситуації.





Наведемо приклад ситуативної референції (*YOU*) у контексті аналізу контамінованої когерентності у надфразовій єдності (третій абзац) АМЛК “The FaR FroM Great Escape or The Light, the Switch and the Wardrobe” [8, p. 104–105]. У структурі змісту надфразової єдності виокремлюємо першу тему *Jilly Cheeter and Mango Claptrap* та другу тему *Fox family*. У риторичній структурі надфразової єдності сегментні одиниці *were making their way along the tunnel* конкретизують першу тему та сегментні одиниці *were hold up in that self-same cinema* уточнюють другу тему. На макроілюстрації віддзеркалено лише першу тему: протагоністи Джілі Чітер і Менго Клептреп пересуваються уздовж тунелю. Зв’язок зображення з частиною речення *Jilly Cheeter and Mango Claptrap were merrily making their way along the tunnel...* сигналізує про внутрішню (семантичну) кореляцію між ВС та ІС. Ілюстрація повторює ВС першої теми. Означений артикль *the* як мовний маркер сигналізує про імпліцитно виражений зв’язок між ВС та ІС: *the* вказує на зображений *tunnel*. Адресант використовує капіталізовану апострофу, виражену займенником у другій особі множини *YOU*, для звернення до адресата, долучаючи його до подій, які відбуваються в чарівному Грабтауні. Синтаксичний паралелізм фреймує надфразову єдність *Of course, what YOU know and I know ... But Jilly and Mango didn't know that*, чим інтегрує адресата як невидимого персонажа у контекст АМЛК. Наратор в першій особі однини *I* наголошує на присутності адресата та його обізнаності про події на протигагу невідомості, в якій перебували протагоністи. У структурі макету надфразової єдності ВС, розміщений ліворуч, частково перекочував в ІС, розташований праворуч, оскільки протагоністи перебувають у невідомості на протигагу наратора й адресату. У лінгвістичній структурі надфразової єдності про наявність ситуативної референції свідчить апострофа, репрезентована особовим займенником в другій особі

множини *YOU*. Апострофа – інакше метабазис – оклична риторична фігура мови, коли мовець або письменник припиняє розповідь і звертається до відсутньої особи як до присутньої чи уявної, як до реальної [6, с. 31]. Контаміновану когерентність актуалізовано шляхом ідентифікації невидимого адресата в контексті чарівної ситуації.



У наступному прикладі привертаємо увагу до ситуативної референції (*I*) як засобу контамінованої когерентності у мотто АМЛК “The WroNg End of the Dog or The Pedal-Bin Pelican” [9, p. 3]. У структурі змісту мотто ідентифіковано тему *A worm from Beardy Ardagh*. У риторичній структурі мотто сегментні одиниці *I, lookout, early bird* описують тему. Зображений черв’ячок в особі *I* частково дублює зміст ВС, виокремленого супраграфемним засобом параграфемного складника (*дали ПС*). На мікроілюстрації не візуалізовано дії черв’ячка *on the lookout for* та пташку *the early bird*. Пряма лінія об’єднує візуалізованого черв’ячка із словосполученням *the early bird*. ІС ідентифікує *a worm* за допомогою мовного маркера – займенника першої особи однини *I*. У мотто адресант Філіп Арда використав персоніфікацію: роль наратора Бороданя Арда виконує черв’ячок. У примітці, виокремленій курсивом, внизу сторінки адресант Філіп Арда пропонує інтерпретувати лексему *worm* як *word*, виокремлену жирним накресленням. Шрифтове варіювання пронизує всі складники мотто: заголовок, власне мотто та примітку. У структурі макету мотто розміщений по центру ІС обрамлює ВС. У лінгвістичній структурі мотто наявна ситуативна референція, репрезентована особовим займенником *I*. Контаміновану когерентність актуалізовано: ІС поглинув ВС шляхом ідентифікації в контексті ілюстрації. Мотто *I’m on the lookout for the early bird* являє собою мутацію прислів’я (*It is) the early bird (that) catches the worm*. Зворотний паралелізм/хіазм вказує на кумедність мотто та

на почуття гумору, властиве наратору Бороданю Арда, в яке вносить корективи адресант Філіп Арда своїми зауваженнями.

У відсотковому співвідношенні контамінована когерентність, репрезентована ситуативною референцією за ознакою мікро-, мезо- та макровкраплень у художньому прозовому тексті англійської мультимодальної літературної казки Філіпа Арда, актуалізується так: мікровкраплення (22%), мезовкраплення (56%) та макровкраплення (22%) (див. рис. 1).

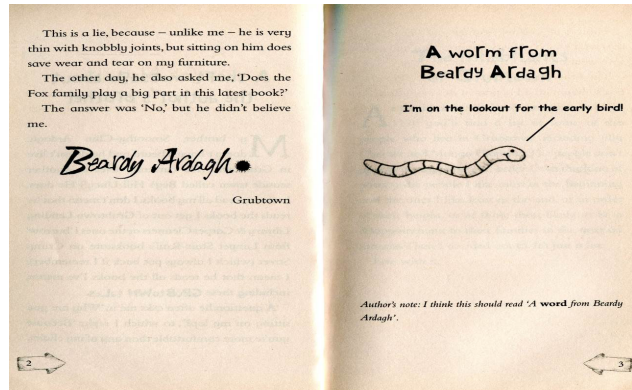


Рис. 1. Актуалізація контамінованої когерентності, репрезентованої ситуативною референцією

Висновки. Отже, контамінована когерентність у функції сумісності ситуативних референційних властивостей знаків полягає в ідентифікації ВС, репрезентованого особовими займенниками (*I, you*), шляхом посилання на контекст ситуації, віддзеркалений в ілюстраціях ІС. ПС виконує смисловоокремлювальну функцію, маркуючи вербальну ситуативну референцію та акцентуючи на ній увагу адресата. У тексті АМЛК Філіпа Арда адресат виконує функцію невидимого персонажа,

ідентифікованого в контексті ситуації займенником *you* для встановлення зв'язку між чарівним світом *Grubtown tales* та реальністю. Наратор Бородань Арда, ідентифікований займенником *I*, вказує на інкорпорацію з адресантом Філіпом Арда. Адресант перевтілюється власне у живого наратора, ідентифікованого адресатом у контексті ситуації, що ґрунтується на кореляції між чарівним світом АМЛК *Grubtown tales* та реальністю сьогодення.

Список умовних скорочень

АМЛК – англійська мультимодальна літературна казка

ВС – вербальний складник

ІС – іконічний складник

ПС – параграфемний складник

Список літератури:

1. Карп М. А. Контамінована когерентність у наративному фреймі англійської мультимодальної літературної казки Філіпа Арда // *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. № 69. С. 69–74.
2. Карп М. А. Взаємодія гетерогенних складників контамінованої когерентності в тексті англійських мультимодальних літературних казок Філіпа Арда // *Актуальні проблеми філології та перекладознавства* : збірник наукових праць. Випуск дванадцятий / головний редактор М. Є. Скиба; відповідальний за випуск М. М. Торчинський. Хмельницький : ФОП Бідюк Є. І., 2017. С. 102–108.
3. Карп М. А. Комунікативно-прагматичний зміст контамінованої когерентності в англійській мультимодальних літературних казках Філіпа Арда // *Advanced Linguistics* : правонаступник Вісника

Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”. Серія : Філологія. Педагогіка. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Видавництво “Політехніка”, 2018. Вип. 2/2018. С. 31–37.

4. Карп М. А. Контамінована когерентність у діалогах та полілогах англійських мультимодальних літературних казок Філіпа Арда // *Закарпатські філологічні студії* : науковий журнал. Ужгород: Видавничий дім “Гельветика”, 2020. Випуск 14, том І. С. 112–118. <http://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.14-1.20>

5. Карп М. А. Контамінована когерентність в англійських мультимодальних літературних казках: динаміка прагматичних властивостей // *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомя. Дрогобич : Видавничий дім “Гельветика”, 2021. Вип. 39. Том 1. 362 с. С. 232–237. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/39-1-37>

6. Мала філологічна енциклопедія / укладачі Олександр Іванович Скопненко, Т.В. Цимбалюк. Київ : Довіра, 2007. 478 с.

7. Ardagh Ph. Grubtown Tales. Book One. Stinking Rich and Just Plain Stinky or A Diamond As Big As His Head / illustrated by Jim Paillot. London : Faber and Faber Ltd., 2009. 150 p.

8. Ardagh Ph. Grubtown Tales. Book Three. The Far From Great Escape or The Light, the Switch and the Wardrobe / illustrated by Jim Paillot. London : Faber and Faber Ltd., 2009. 150 p.

9. Ardagh Ph. Grubtown Tales. Book Four. The Wrong End of the Dog or The Pedal-Bin Pelican / illustrated by Jim Paillot. London : Faber and Faber Ltd., 2010. 134 p.

10. Bateman J. Text and Image: A Critical Introduction to the Visual / Verbal Divide. London ; New York : Routledge, 2014. 292 p.

11. Halliday M. A. K., Hasan R. Cohesion in English. London ; New York : Routledge, Taylor and Francis Group, 2013. 374 p.

12. The Pragmatics of Discourse Coherence: Theories and Applications / ed. by Helmut Gruber, Gisela Redeker. Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 2014. 295 p. (Pragmatics and Beyond New Series).

Karp M. A. CONTAMINATED COHERENCE AS A FUNCTION OF SITUATION-REFERENTIAL SIGNS' COMPATIBILITY

The purpose of the study is to reveal and characterise the structural-semiotic and narrative aspects of the category of coherence of English multimodal literary fairy tales, which determine their text-creative nature. Achieving the outlined goal implies the need to solve the following tasks: to characterise the textual category of coherence in the system of modern linguistics; to develop a semiotic-narrative approach to the analysis of means of coherence in English multimodal literary fairy tales by Philip Ardagh; to analyse the verbal and nonverbal interaction of the components of contaminated coherence in the structure of the analysed literary tales; to highlight the text-creative potential of contaminated coherence in the analysed literary tales; to establish the dominant structural-semiotic and narrative features of the creation of contaminated coherence in literary fairy tales. In the percentage ratio, the contaminated coherence, represented by the situational reference on the basis of micro-, meso-, and macro inclusions in the fictional prose text of the English multimodal literary fairy tale by Philip Ardagh, is actualized as follows: micro inclusions (22%), meso inclusions (56%), and macro inclusions (22%). Contaminated coherence in the compatibility function of situational referential properties of signs consists in the identification of the verbal component represented by personal pronouns (I, you) by referring to the context of the situation, reflected in the illustrations of the iconic component. The paragraphemic component performs a semantic separation function, marking the verbal situational reference and focusing the addressee's attention on it. In the text of English multimodal literary tale by Philip Ardagh, the addressee functions as an invisible character identified in the context of the situation by the pronoun you to establish a connection between the magical world of Grubtown tales and reality. The narrator, Beardy Ardagh, identified by the pronoun I, indicates incorporation with the addressant Philip Ardagh. The addressant has transformed himself into a living narrator, identified by the addressee in the context of the situation, which is based on the correlation between the magical world of Grubtown tales in the English multimodal literary fairy tale and the reality of today.

Key words: contaminated coherence, English multimodal literary fairy tale, verbal component, iconic component, paragraphemic component, GeM model.

УДК 811.111-11:316.77]+005.582
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/32>

Кондрук А. Ю.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Коляда Е. К.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

НЕЩИРА ПОРАДА ЯК ПОСИЛЮВАЧ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

Мова – репрезентативна форма всебічної життєдіяльності людини, її мислення та ментальності. Вона є одним із найважливіших знарядь впливу на свідомість людини. Саме за допомогою ефективного використання мовних ресурсів мовець може схилити співрозмовника до бажаного результату, переконати у правильності своєї точки зору, тим самим безумовно досягаючи успіху в комунікації. Мовленнєва діяльність людини обумовлена наявністю безпосередньої мети, мотиву і потреби, відповідно до яких мовець добирає необхідні засоби мовленнєвого впливу.

У пораді вербалізується намір мовця дати співрозмовнику вказівку, як діяти в певних обставинах. Висловлення поради слугує одним із вагомих важелів переконання співрозмовника. Пораду мовець актуалізує у комунікативній ситуації. Комунікативна ситуація поради є конкретною ситуацією спілкування, яка спонукає комунікативних партнерів до міжособистісної взаємодії і визначає їхню мовленнєву поведінку. Даючи пораду, мовець вважає, що адресат перебуває в ситуації вибору стосовно своєї майбутньої дії, має сумнів у її доцільності або не знає шляхів розв'язання труднощів. Висловлення поради розглядаємо як особливий тип мовленнєвого акту. Адресанта мовленнєвого акту поради можуть сприймати як небайдужу людину, яка готова допомогти, або як того, хто критично ставиться до компетенції інших і втручається в чужі справи.

Метою статті є аналіз випадків вживання мовцем нещирих порад з маніпулятивною метою. Нещирість – це мисленнєво-комунікативний стан фальсифікації мовцем своєї інтенції, результатом якої є невідповідність дійсної та вираженої інтенції, що відображається в мовленнєвому акті як порушення умови його щирості. Нещирий мовленнєвий акт поради трактуємо як мовленнєвий акт поради з порушенням умови щирості та прихованою перлюктивною метою адресанта ввести в оману адресата.

Ключові слова: *порада, нещирість, мовленнєвий акт, нещирий мовленнєвий акт, комунікативна ситуація.*

Постановка проблеми. Як важливий чинник впливу на соціальні процеси, комунікація є складним явищем. Вербальна комунікація відбувається як цілеспрямований процес створення, передавання та інтерпретації повідомлень засобами мови (мовного коду). Орієнтація мовленнєвого акту на той чи інший вплив, незалежно від його інтелектуальної (інформаційної) чи емоційної (хоча жодна з них у чистому вигляді не можлива) маркованості, є складником реалізації глобального задуму адресанта, який чекає на адекватну інтерпретацію свого задуму з боку адресата в повному співвіднесенні з тими мовленнєвими засобами, які були використані для втілення конкретної мети. Механізм впливу як такий передбачає, з одного боку, залежність використання мовних одиниць від мети адресанта, а з іншого –

характер і міру впливу, яку справляє висловлення на адресата.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонуванню висловлень поради присвячені праці Н. О. Бондаревої (структурно-семантичні і комунікативно-прагматичні особливості висловлювань із концептом «порада») [6], О. В. Наумук (мовні засоби вербалізації поради) [10], Н. Я. Нери (мовленнєвий акт поради у невластиво-прямому мовленні) [11]. Мовленні акти з порушенням умови щирості досліджували О. М. Бабич [1] та Л. Р. Безугла [4].

Постановка завдання. Сучасна антропологічно орієнтована лінгвістика спрямована на мовну особистість, її лінгвокреативні можливості та комунікативну компетенцію. Процес спілкування, який витлумачують як обмін інформацією, як взаємодію

між спілкувальниками та як сприймання людини людиною, завжди перебуває в комунікативному просторі «мовець» – «співрозмовник» і детермінований певною мірою ментально-психологічними параметрами стосунків між комунікантами, їхніми фоновими пресупозиціями [16, с. 90].

Мета статті – проаналізувати випадки надання мовцями нещирої поради з метою здійснення маніпулятивного впливу на своїх комунікативних партнерів. Матеріалом дослідження слугували висловлення поради, відібрані методом суцільного добору із текстів сучасної англомовної художньої літератури.

Виклад основного матеріалу. У процесі спілкування відбувається обмін інформацією між співрозмовниками за допомогою мовленнєвих актів, які виступають центральними поняттями прагматичної лінгвістики. Особливістю прагматичного підходу до аналізу мови є розгляд мовленнєвого акту як цілеспрямованого висловлення, яке визнається основною одиницею людського спілкування. Дж. Остін розглядає мовленнєвий акт як трирівневу єдність, яка включає три види дій: локутивну, іллокутивну та перлокутивну [17, с. 108–119].

Порада – це пропозиція, вказівка, як діяти в певних обставинах, допомога добрим словом у скруті [12, с. 182]. Висловлення поради можна розглядати як особливий прагматичний тип мовленнєвого акту, здійснюючи який мовець вдається до: 1) локутивного акту – озвучування акту поради, який визначається як виголошення слів зі значенням поради; 2) іллокутивного акту, в якому реалізується комунікативний намір мовця надати пораду; 3) перлокутивного акту, який здійснюється, якщо висловлення поради впливає на співрозмовника, викликає в нього почуття, наміри, дії, тобто досягає передбачуваного ефекту [10, с. 25].

Крім названих вище компонентів – локуції, іллокуції та перлокуції, які складають зміст, форму і впливову силу висловлення, – дослідники виділяють мовця (адресанта), слухача (адресата) і мету їхньої комунікації та контекст, ситуацію, що відображають умови і способи реалізації конкретного мовленнєвого акту [3]. У центрі мовленнєвого акту перебуває мовець, який формулюючи своє висловлення, оцінює спільний із адресатом фонд знань, інтереси, думки, погляди, психологічний стан, особливості характеру адресата тощо.

Іншим активним учасником мовленнєвого акту виступає адресат. У поняття адресата дослідники включають слухача в сукупності його соціальних і ситуативних ролей, знань про світ, мотивів тощо [5]. Від адресата значною мірою залежить

успіх мовленнєвого акту, оскільки адресат може сприйняти повідомлення адекватно, або ж неадекватно – знайти протилежний закладеному смисл. Залежно від готовності чи неготовності, спроможності чи неспроможності адресата до сприйняття поданого мовцем висловлення, воно певним чином вплине на адресата (відбудеться «перлокутивний ефект», за Дж. Остінім [17]) чи такий мовленнєвий акт не матиме успіху.

Реалізуючи мовленнєвий акт, мовець має певні наміри відносно адресата: висловлюючи своє ставлення, точку зору, він намагається, разом із тим, вплинути на співрозмовника, спонукати його до певних дій. Тобто в конкретній ситуації спілкування відбувається взаємодія адресанта й адресата. Услід за Ф. С. Бацевичем, під комунікативною метою розуміємо запланований адресантом стратегічний результат, на який скеровано спілкування; перлокутивний ефект висловлення, наприклад, змусити когось щось зробити [3, с. 330]. Контекст у широкому значенні – це умови оптимального забезпечення комунікативної ситуації [9].

Під комунікативною ситуацією (місце, час, умови тощо) розуміємо певну сукупність елементів, що існують у дійсності й відбиті у свідомості мовця у момент виголошення висловлення, та які обумовлюють певною мірою відбір мовних елементів під час формування висловлення. Н. Баландіна характеризує комунікативну ситуацію поради так: а) мовець відчув чи вербально сприйняв потребу скорегувати дії адресата; б) доцільність дії ґрунтується на інтересах адресата; в) незалежність обох комунікантів; г) мовець зважає на об'єктивну можливість адресата виконати дію; ґ) адресат не зобов'язаний виконувати пропонувану дію; д) сама воля мовця є невагомим чинником для виконання поради, на відміну від професіоналізму, компетентності й авторитетності; е) невпевненість у результаті [2, с. 181].

Структура комунікативної ситуації поради передбачає: 1) обов'язкові компоненти: суб'єкт поради (мовець), об'єкт поради (адресат), власне порада, оцінка, реакція адресата на отриману пораду; 2) факультативні компоненти: прохання про надання поради, прохання про дозвіл надати пораду, пояснення причини надання поради. Оцінний компонент як невід'ємна ознака комунікативної ситуації поради передбачає оцінку рекомендованої дії і мовцем, і слухачем. Отриману пораду слухач здебільшого оцінює позитивно [10, с. 177].

Отже, комунікативна ситуація поради – це конкретна ситуація спілкування, в яку входять партнери з комунікації, і яка спонукає їх

до міжособистісної взаємодії і визначає їхню мовленнєву поведінку. Даючи пораду, мовець вважає, що адресат перебуває в ситуації вибору стосовно своєї майбутньої дії, має сумнів у її доцільності або не знає шляхів розв'язання труднощів і мовленнєвий акт поради можна описати так: хтось спонукає/радить комусь зробити щось. Мовець (порадник) є суб'єктом мовлення, суб'єктом каузації дії, тобто джерелом мовленнєвого впливу; слухач, відповідно, є об'єктом каузації дії, тобто особою, що зазнає мовленнєвого впливу і, таким чином, спонукається до дії. На думку К. Трейсі і Дж. Роблз, поради можна сприймати як небайдужу людину, яка готова допомогти, або як того, хто критично ставиться до компетенції інших і втручається в чужі справи [15, с. 145].

У пораді вербалізується намір мовця висловити адресатові рекомендацію щодо виконання/невиконання певної дії, яка буде корисною для останнього. Висловлюючи пораду, мовець оцінює діяльність свого співрозмовника як негативну й тому спонукає його до дій, які будуть для нього бенефактивними, тобто добрими [10, с. 25]. Припущення мовця про корисність пропонованої дії для адресата є диференційною ознакою поради. Чимале значення має і її доречність. Радять переважно тоді, коли відчувають, що в адресата виникла в цьому потреба, навіть якщо він і не звертався з проханням про пораду. Поради можуть бути інституалізовані (соціально закріплені, наприклад, поради лікаря, юриста, психолога) та неінституалізовані (соціально незакріплені). Інституалізована порада базується на професійних знаннях мовця, які виступають гарантом корисної поради. Неінституалізована порада базується на життєвому досвіді, інтуїції, ситуативній обізнаності мовця.

Даючи пораду, мовець надає співрозмовнику певну інформацію з метою допомогти останньому. Саме це дає змогу розглядати пораду як директивний мовленнєвий акт [10, с. 176], тому що цілі поради – вплинути на поведінку іншої людини. За визначенням Дж. Серля, директиви «є спробами з боку мовця досягти того, щоб адресат дещо виконав» [14, с. 182]. Тобто, директив – це спонукання адресата до конкретної лінії поведінки.

Порада має певні обов'язкові і факультативні диференційні ознаки. До обов'язкових ознак належать: бенефактивна спрямованість на адресата поради, тобто врахування інтересів адресата й користі поради, незалежність комунікантів, зацікавленість адресата у виконанні спонукальної дії, необов'язковість її виконання. Факультативні

диференційні ознаки включають: спрямованість спонукання на користь мовця, залежність адресата від мовця, зацікавленість мовця у виконанні рекомендованої дії, обов'язкове виконання дії слухачем [10, с. 176–177].

Отже, порада, з одного боку, не є наполегливою спробою спонукати адресата виконати якусь дію; висловлення поради лише інформує адресата про те, що буде для нього корисним. З іншого боку, порада як спонукальний мовленнєвий акт передбачає вплив мовця на майбутні дії адресата.

Д. Голдсміт та К. Фітч зауважують, що надання поради – досить поширена розмовна активність серед друзів, членів родини та колег, яка передбачає висловлення експертної думки про те, як вирішити якусь проблему, іншого погляду під час прийняття рішення і надання допомоги в плануванні альтернатив [18]. Трапляються ситуації, коли той, хто прагне поради, насправді шукає підтримки та утішення, чекає, щоб йому сказали те, що він хоче почути. За такої умови порадику потрібно вирішити – чи надавати підтримку співрозмовнику чи бути чесним [15, с. 147].

Якщо виходити з того, що людина, як правило, висловлює справжні думки і почуття словами, то параметром оцінки мовленнєвої (і ширше – соціальної) поведінки людини з погляду відповідності виражених думок і почуттів дійсному стану справ є щирість. У разі стійкості ознак такої поведінки щирість сприймається як властивість характеру чи психологічна характеристика: щира/нещира людина. Ознака щирості використовується також для характеристики професійної, соціальної та/або комунікативної ролі: щирий (друг, актор, свідок тощо). Бувши пов'язаним із ситуацією спілкування, це слово діагностує співвідношення ілюкутивної функції висловлення (інтенції мовця, його цілі) та локуції (мовленнєвого втілення висловлення) – щире слово, щира подяка, щирий намір тощо [13, с. 146]. А. Вежбіцька щодо цього зазначає: зазвичай вважають, що недобре брехати людині у вічі; недобре говорити людині, що ти щось думаєш, якщо ти цього насправді не думаєш; і недобре говорити іншій людині, що ти щось відчуваєш, якщо ти цього насправді не відчуваєш [7, с. 7].

Проведений аналіз ілюстративного матеріалу дозволив нам виокремити приклади, коли мовці давали нещирі поради своїм комунікативним партнерам з маніпулятивною метою. Нещирість трактуємо як мисленнєво-комунікативний стан фальсифікації мовцем своєї інтенції, результатом якої є невідповідність дійсної та вираженої інтенції, що

відображається в мовленнєвому акті як порушення умови його щирості [8, с. 7]. Неширий мовленнєвий акт поради – це мовленнєвий акт з порушенням умови щирості та прихованою перлокутивною метою адресанта ввести в оману адресата.

(1) *Compressing his lips, he suppressed the moronic impulse to smile back. “I only look Japanese, remember? I spent my first twenty-four years as an identityless weapon, then when I got out, I became American. I learned everything I could about Japan before I came, but nothing can replace acquiring knowledge firsthand.”*

She nodded as she chewed, her brilliant eyes doing this hypnotic color dance. “It is a very complex country and culture. Such an extensive mix of modern and traditional, so many regional variations. You’ll need at least six months before you’re used to the most common daily practices, and a year to comfortably navigate the land and society.”

If he didn’t know better, he would have thought she was giving him sincere advice to ease his integration into his new homeland. But he did know better.

So what was she doing? No doubt more acting.

The acute senses that had never failed him clamored to detect her duplicity. But she was truly undetectable [19, p. 51].

Цей приклад свідчить про те, що досить важко відрізнити щирі поради від нещирої. З контексту відомо, що саме досвід, знання і почуття американського мільярдера японського походження Райдена Курошіро допомогли йому виявити нещирість його співрозмовниці Скарлетт Делакура, яку він п’ять років тому знав як Ханну Макферсон і мав з нею близькі стосунки впродовж п’яти місяців в Нью-Йорку. Коли Ханна зрозуміла, що Райден дізнався, що її підіслали його конкуренти з метою вивідати його минуле і вона була не та, за кого себе видавала, вона зажадала п’ятдесят мільйонів доларів за мовчання і зникла з його життя. Після цього Ханна змінила ім’я і зовнішність. Тепер в новому образі вона з’явилася в Японії на святковій вечірці з нагоди заручин Райдена і Мегумі. Чуття не підвело Райдена, і він миттю впізнав у Скарлетт Ханну. Пізніше того вечора вони мали розмову, і Скарлетт радила йому, як повністю влитися в японське суспільство. Райден, якого з чотирьох років виховували не як японця, а як ніндзю, відчув, що в її словах все було поверхове, награне, а дійсність була іншою (*So what was she doing? No doubt more acting.*)

Вдаючись до нещирої поради, мовець може мати різні цілі. Наприклад, може переслідувати виключно власну вигоду:

(2) *Everything on the surface appeared to be just as it ought to be. And yet Constantin Demiris still felt that vague sense of unease, a presentiment of trouble. He had discussed the matter with Noelle, suggesting that perhaps he might offer Ian Whitestone more money to stay on. Noelle had listened attentively and then said, “No. Let him go, Costa. And if he recommends this American flyer so highly, then I would certainly try him.”*

And that finally had decided him.

From the moment Noelle knew that Larry Douglas was on his way to Athens she was able to think of nothing else. She thought of all the years it had taken, the careful, patient laying of plans, the slow, inexorable tightening of the web, and she was sure that Constantin Demiris would have been proud of her if he had known [20, p. 384–385].

У цьому прикладі йдеться про те, що Коста Деміріс запитує у своєї коханої Ноель про те, чи залишати надалі пілота Аяна Вайтстоуна працевлаштованим у них. З контексту відомо, що Ноель попередньо таємно запропонувала Аяну іншу роботу для того, щоб взяти на його місце іншого пілота – Ларрі, якого вона дуже любила і якому хотіла помститися за те, що він її колись давно покинув. Ноель, маніпулятивно використовуючи мовленнєвий акт директиву (*Let him go, Costa*), радить Демірісу відпустити Аяна. За допомогою я-висловлювання (*I would certainly try him*) вона підштовхує Косту до конкретного рішення – прийняти на роботу іншого пілота, якого рекомендує Аян (це і був Ларрі). Довіряючи Ноель, Деміріс слідує її пораді (*And that finally had decided him*). Таким чином, лицемірка Ноель втілила частину свого підступного плану.

Надання поради практикують професіонали (наприклад, лікарі, адвокати, косметологи-консультанти та ін.). Наведемо приклади інституалізованих порад:

(3) *As Marianne rose, John Harley said, “There is one thing, Mrs. Blackwell. If you and Tony are planning to have children, I would advise adopting them.” /.../*

Unfortunately, pregnancy increases the vascular volume enormously. And during the last six to eight weeks of pregnancy, there’s an additional increase in blood pressure. With the history of that aneurysm, the risk factor would be unacceptably high. It would not only be dangerous – it could be fatal. Adoptions are really quite easy these days. I can arrange –” /.../

“...I couldn’t bear to hear any more,” Marianne told Kate. “I ran out of his office and came straight here.”

Kate made a tremendous effort not to let her feelings show. It was a stunning blow. But there had to be a way. There was always a way. She managed a smile and said, "Well! I was afraid it was going to be something much worse."

"But, Kate, Tony and I want so much to have a baby."

"Marianne, Dr. Harley is an alarmist. You had a minor problem years ago, and Harley's trying to turn it into something important. You know how doctors are." She took Marianne's hand. "You feel well, don't you, darling?" /.../

"He said the risks –"

Kate sighed. "Marianne, every time a woman gets pregnant, there's always a risk. Life is full of risks. The important thing in life is to decide which risks are the ones worth taking, don't you agree?" /.../

Three months later, Marianne became pregnant. Tony was thrilled. Kate was quietly triumphant. Dr. John Harley was horrified. /.../

In the operating room, the doctors were fighting desperately to save Marianne's life. /.../

"She's dead, Tony, and I'm sorry. But no one murdered her. I told her months ago if she went ahead with this pregnancy it could kill her."

It took a long moment for the words to sink in. "What are you talking about?"

"Marianne didn't tell you? Your mother didn't say anything?"

Tony was staring at him, his eyes uncomprehending. "My mother?"

*"She thought I was being an alarmist. **She advised Marianne to go ahead with it. I'm so sorry, Tony** [22, p. 155–157].*

У наведеному прикладі лікар-фахівець радить Маріанні не вагітніти, оскільки це спричинить загрозу її життю, а за краще всиновити дітей (*pregnancy increases the vascular volume enormously. And during the last six to eight weeks of pregnancy, there's an additional increase in blood pressure. With the history of that aneurysm, the risk factor would be unacceptably high. It would not only be dangerous – it could be fatal. Adoptions are really quite easy these days. I can arrange*). Почувши про це, її свекруха Кейт, яка мріяла про нащадка, з егоїстичних міркувань спростовує аргументи лікаря і лицемірно радить Маріанні зовсім протилежне, не турбуючись про наслідки (*Dr. Harley is an alarmist. You had a minor problem years ago, and Harley's trying to turn it into something important. You know how doctors are*). Піддавшись маніпулятивному впливу свекрухи і знехтувавши професійною порадою лікаря, Маріанна поплатилася життям.

Під час аналізу фактичного матеріалу нам трапилися випадки, коли фахівці надавали нещиро пораду своїм клієнтам. Розглянемо приклад, який ілюструє надання нещирої інституалізованої поради адвокатом:

(4) *"But... if I plead guilty," Tracy asked slowly, "what will they do to me?"*

"Judge Lawrence will sentence you to three months in prison with –"

/.../ "But then I'll – I'll have a record."

Perry Pope sighed. "If they put you on trial for armed robbery and attempted murder during the commission of a felony, you could be sentenced to ten years."

Ten years in jail!

Perry Pope was patiently watching her. "It's your decision," he said. "I can only give you my best advice. It's a miracle that I got away with this. They want an answer now. You don't have to take the deal. You can get another lawyer and –"

"No." She knew that this man was honest. /.../

"I'll – I'll take the deal," Tracy said. She had to force the words out.

He nodded. "Smart girl" [21, p. 32].

Адвокат Перрі Поуп знає ситуацію підсудної Трейсі. Діючи в інтересах обвинувачувача, він радить їй зізнатися у злочині та взяти всю вину на себе. Аргументуючи свою пораду, адвокат називає термін (*three months in prison*), до якого підсудну ув'язнять у разі зізнання та термін (*ten years*), до якого її можуть засудити за озброєне пограбування та спробу вбивства. Він обіцяє, що це полегшить її вирок та зіграє їй на користь. Трейсі переживає та висловлює свої побоювання щодо ув'язнення. Адвокат з хитрістю стверджує, що вона не обов'язково повинна приймати його пропозицію (*You don't have to take the deal. You can get another lawyer and –*), однак насправді він робить усе можливе, щоб Трейсі прислухалася до його поради. Емоційно тиснучи на підсудну, Поуп вимагає, щоб вона негайно дала відповідь (*They want an answer now*). Будучи у безвихідній ситуації, Трейсі приймає нещиро пораду адвоката.

(5) *"I'm having a showing next F-friday. A g-gallery is giving me an exhibition." /.../Kate turned to Dominique. "Opinion-makers, critics. Someone like Andre d'Usseau – he should be there." Andre d'Usseau was the most respected art critic in France. /.../*

The small gallery was filled now with people and loud chatter and the clink of glasses; and suddenly a stillness came over the room. /.../ Andre d'Usseau was entering the gallery. Andre d'Usseau bowed

slightly and moved toward the paintings on the walls. Everyone pushed back to give him room. /.../

At five o'clock the following morning, Tony and Dominique hurriedly got dressed and went out to get the first edition of the morning paper. /.../ He read on.

"At first I thought a joke was being perpetrated. I could not seriously believe that anyone would have the nerve to hang such amateurish paintings and dare to call them art. I searched for the tiniest glimmering of talent. Alas, there was none. They should have hung the painter instead of his paintings. I would earnestly advise that the confused Mr. Blackwell return to his real profession, which I can only assume is that of house painter."/.../

Kate Blackwell was writing out a check. The man seated across the desk from her sighed. "It is a pity. Your son has talent, Mrs. Blackwell. He could have become an important painter."

Kate stared at him coldly. "Mr. d'Usseau, there are tens of thousands of painters in the world. My son was not meant to be one of the crowd." She passed the check across the desk. "You fulfilled your part of the bargain, I'm prepared to fulfill mine" [22, p. 355–367].

Тоні був талановитим художником-початківцем. Його мати Кейт організувала виставку картин, на яку запросила відомого критика Андре Дюссо, думка якого була надзвичайно важливою (*Andre d'Usseau was the most respected art critic in France, a single review from him could make or break an*

artist overnight). Однак мати не бажала, щоб син професійно займався живописом. Вона мріяла, щоб він керував сімейною компанією. Виходячи з таких міркувань, Кейт підкупляє критика Андре. Тоні з нетерпінням чекав моменту, коли нарешті прочитає відгук Андре, саме тому вранці наступного дня він поспішив до газетного кіоску. Проте відгук виявився негативним: підкуплений критик радив Тоні бути малярем (*I would earnestly advise that the confused Mr. Blackwell return to his real profession, which I can only assume is that of house painter*), хоча насправді він був переконаний, що юнак міг стати відомим художником, бо він дійсно мав талант (*It is a pity. Your son has talent, Mrs. Blackwell. He could have become an important painter*). За допомогою підкупу (*She passed the check across the desk. You fulfilled your part of the bargain, I'm prepared to fulfill mine*) матір домоглася від Андре Дюссо нещирої поради своєму синові, у такий спосіб перекресливши його майбутнє як художника.

Висновки і пропозиції. Отже, як засвідчує аналіз ілюстративного матеріалу, нещира порада може слугувати засобом вдалого здійснення маніпулятивного впливу на адресата. Адресант задля досягнення власних цілей майстерно докладає усіх зусиль, щоб за допомогою нещирої поради підштовхнути адресата до потрібного рішення, позбавляючи його права вибору.

Список літератури:

1. Бабич О. М. Мовленнєві акти з порушенням умови щирості у сучасному німецькомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2010. 20 с.
2. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному аспекті. Київ : АСМУ, 2002. 330 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
4. Безуглая Л. Р. Неискренние речевые акты и неискренние речевые жанры. *Жанры речи*. Харьков, 2015. № 1 (11). С. 30–37.
5. Богданов В. В., Иванов В. И. Коммуниканты. *Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина*. 1989. № 339. С. 12–18.
6. Бондарева Н. О. Структурно-семантичні і комунікативно-прагматичні особливості висловлювань із концептом «порада» : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2005. 203 с.
7. Вежбицка А. Русские культурные скрипты и их отражение в языке. *Русский язык в научном освещении*. № 2 (4). Москва : ИРЯ РАН, 2002. С. 6–34.
8. Кондрук А. Ю. Вербальні та невербальні засоби актуалізації лицемірства в англomовному художньому дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2021. 20 с.
9. Минкин Л. М. Системно-языковая обусловленность коммуникативных структур речи. *Вісник Харківського державного університету*. 1999. № 424. С. 95–100.
10. Наумук О. В. Мовні засоби вербалізації поради: когнітивний та прагматичний аспекти : монографія. Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. 212 с.
11. Нера Н. Я. Мовленнєвий акт поради у чНПМ vs жНПМ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія : зб. наук. пр. Одеса : МГУ, 2015. № 14. С. 189–191.
12. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 291 с.
13. Савченко Л. Р. Искренность vs щирість: культурно-историческая семантика слова в близкородственных языках. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Філологія. 2016. Вип. 74. С. 145–151.

14. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1986. Вып. 17 : Теория речевых актов. С. 170–194.
15. Трейси К., Роблз Дж. Повседневный разговор. Структура и отражение идентичности / пер. с англ. А. В. Коченгина. Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2015. 448 с.
16. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції в українській мові : монографія. Чернівці : «Букрек», 2014. 412 с.
17. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1962. 166 p.
18. Goldsmith D. J., Fitch K. The normative context of advice as social support. *Human Communication Research*. 1997. 23(4). P. 454–476.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

19. Gates O. *Scandalously Expecting His Child*. Toronto : Harlequin, 2014. 192 p.
20. Sheldon S. *The Other Side of Midnight*. London: HarperCollins Publishers, 2005. 598 p.
21. Sheldon S. *If Tomorrow Comes*. London: HarperCollins UK, 2012. 592 p.
22. Sheldon S. *Master of the Game*. London: HarperCollins UK, 2012. 688 p.

Kondruk A. Yu., Koliada E. K. **INSINCERE ADVICE AS A MANIPULATION AMPLIFIER**

Language is a representative form of a person's comprehensive life activity, thinking, and mentality. It is one of the most important tools for influencing human consciousness. It is with the help of the effective use of language resources that the speaker can incline an interlocutor to the desired result, convince him/her of the validity of the speaker's point of view, thereby definitely achieving success in communication. Speech as a human activity is conditioned by the presence of an immediate goal, a motive, and a need, according to which the speaker selects the necessary means of speech influence.

Advice verbalizes the speaker's intent to give an interlocutor instruction on how to act in certain circumstances. An utterance of advice serves as one of the main levers in persuading the interlocutor. The speaker actualizes his/her advice in a communicative situation. The communicative situation of advice is a specific communication situation that prompts communicative partners to interpersonal interaction and determines their speech behavior. When giving advice, the speaker believes that the addressee is in a situation of choice regarding his/her future action, has doubts about its advantages or does not know how to solve difficulties. We consider an utterance of advice to be a special type of speech act. The addressant of a speech act of advice can be perceived as a caring person who is ready to help or as someone who is critical of the competence of others and interferes in other people's affairs.

The purpose of this article is to analyze cases when the speaker uses insincere advice for manipulative purposes. Insincerity is a mental and communicative state of intent falsification by the speaker, the result of which is a discrepancy between the true intent and the expressed one, which is reflected in the speech act as a violation of the condition of its sincerity. We interpret an insincere speech act of advice as a speech act of advice with a violated sincerity condition and a concealed perlocutionary goal of the addressant to mislead the addressee.

Key words: *advice, insincerity, speech act, insincere speech act, communicative situation.*

Косович О. В.

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

ТРАНСФОРМОВАНІ АЛЮЗІЇ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ МОВНИХ ПРОЦЕСІВ

Стаття присвячена питанням зміни стійких одиниць французької мови в процесі інтертекстуальної деривації за допомогою структурно-семантичних трансформацій. Останніми десятиліттями лінгвісти багато пишуть про вторинність текстів, про вплетення старих текстів у новостворювані та про вертикальний текстовий універсум, який формується в такий спосіб. Це один із проявів інтертекстуальності, або використання компонента змістовної структури одного тексту в процесі текстопородження і створення нового тексту. Мовці трансформують цитати, паремії та інші прецедентні тексти в рамках прагматичної установки висловлювання, спричиняючи збільшення значень, змушуючи співрозмовника мислити об'ємно. Стійкі одиниці мови піддаються інтертекстуальній деривації, у результаті утворюються трансформовані паремії. Це явище отримало теоретичне осмислення на матеріалі української та англійської мов, тоді як у сфері французької мови масштабного дослідження ще не проводилося.

Аналіз матеріалу в кількості понад 200 одиниць, зібраних письменником Б. Вербером, показав, що трансформації здійснюються в рамках описаних структурно-семантичних трансформацій фразеологізмів. Б. Вербер показав, що трансформації здійснюються в рамках описаних структурно-семантичних трансформацій фразеологізмів, однак у випадку з пареміями слід говорити також про структурно-семантичні трансформації ігрового характеру, де основним текстоутворювальним чинником є каламбур або гра слів. Основними виявленими механізмами трансформації паремій французької мови є заміни, додавання, переставлення елементів і створення вторинних трансформованих паремій на основі первинного тексту зі смисловим розвитком, іронічним переосмисленням і руйнацією початкового парадокса. Змінюються і семантичні поля дериватів: проголошуються цінності свободи, рівності, індивідуалізму та діяльнісного підходу в сучасному суспільстві науково-технічного прогресу. Значення прототипу накладається на значення деривату, значення множаться, відповідаючи потребам сучасної лінгвокультурної спільноти, відбиваючи її карнавальну розкутість і демократизацію мовних процесів.

Ключові слова: лінгвокультурологія, паремія, інтертекст, інтертекстуальна деривація, трансформована паремія, структурно-семантичні трансформації, мовна гра.

Постановка проблеми. В останні десятиліття лінгвісти особливо багато пишуть про вторинність текстів, про вплетення старих текстів у новостворювані та про сформований у такий спосіб «вертикальний текстовий універсум» [27; 1]. Учений М.М. Бахтін говорив, що «після прабатька Адама навряд чи хто може сподіватися на оригінальність, первинність своїх слів. Про все вже подумали, про все сказали» [27]. Сучасна людина, на думку багатьох лінгвістів, не схильна до текстопородження [1]. Широко використовуються цитати, текстові ремінісценції та інші прецедентні тексти. Це один із проявів інтертекстуальності, під яким розуміють «використання сегмента (компонента змістовної структури) одного тексту в процесі текстопородження і створення нового тексту (у

широкому розумінні)» [15]. Інтерес викликає той факт, що ті, хто розмовляють і пишуть, уже не задовольняються готовими текстами. Вони трансформують їх у рамках прагматичної установки висловлювання, викликаючи прирощення смислів, змушуючи співрозмовника мислити об'ємно і розгадувати загадки [24]. Цитати, крилаті вирази, афоризми і, зрештою, прислів'я піддаються інтертекстуальній деривації (ІД). У результаті утворюються трансформовані паремії (ТП).

Таким чином, **мета дослідження** – проаналізувати структурно-семантичні трансформації паремій французької мови, що відбуваються під час інтертекстуальної деривації і призводять до утворення трансформованих паремій. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення низки

завдань: провести аналіз літератури з проблеми трансформованих паремій; відібрати із зібрання письменника Бернара Вербера на його персональному сайті [29] паремії, що зазнали структурно-семантичних трансформацій (методом суцільної вибірки); проаналізувати й описати семантику трансформованих паремій порівняно з їхніми прототипами; розглянути трансформовані паремії в контексті постмодерністських явищ інтертекстуальності та інтертекстуальної деривації; проаналізувати структурно-семантичні трансформації паремій ігрового та неігрового характеру.

Ступінь розробленості проблеми та матеріал дослідження. Що стосується ступеня розробленості цього питання, в окремих роботах представлено ті чи інші грані феномена інтертекстуальної деривації на матеріалі фразеології, афористики та паремій в українській мові (М.М. Пазяк, А.І. Романченко), на матеріалі англійської та німецької мови (О.Л. Овсянко, А.О. Констатинова), французької мови (J.C. Ancombre, I. Milica, С. Shapira, J.P. Zouogbo.), але комплексного дослідження трансформації паремій у цій площині поки що не проводилося, хоча це явище для французької лінгвокультури не є новим. Поет Франсуа Війон (1431-1489) у «Баладі істин навиворіт», як промовисто свідчить назва вірша, робить спробу переосмислення та карнавалізації вікових культурно-побутових цінностей, закладених у прислів'ях і приказках. Сучасний французький письменник Бернар Вербер (нар. 1961) віддав данину віковій мудрості, розмістивши на своєму сайті понад 200 прислів'їв і приказок з їх трансформаціями [29].

Ми маємо безліч варіантів паремій та їхніх трансформованих варіантів, зібраних за допомогою небайдужих користувачів мережі, пересічних носіїв французької лінгвокультури, що свідчить про «живий» та актуальний характер цього матеріалу, який і проаналізовано в цій статті, де ми хотіли б представити на єдиній платформі інтертекстуальність та інтертекстуальну деривацію сталих виразів французької мови, що призводить до утворення трансформованих паремій.

Виклад матеріалу. Афоризми, крилаті вирази, прислів'я, фразеологічні одиниці є інтелектуальним і культурним надбанням нації та людства. Вони широко використовуються носіями тієї чи тієї лінгвокультури та виконують різноманітні функції: моделювальну, орнаментальну, розважальну, парольну, персуазивну та ін. З погляду лінгвокультурології вищезгадані пласти мовного

багатства є найбільш «культурноносними», відбиваючи приховані в наївній картині світу сліди взаємодії мови і культури [10]. У площині лінгвокультурології лежить і вивчення семантичних полів трансформованих паремій. Приміром, аналіз практичного матеріалу показав, що для середнього француза актуальні такі цінності:

– свобода: *Les plus jolis oiseaux sont en cage.* => *Les plus jolis oiseaux sont en liberté* [29];

– рівність: *Baisse la tête devant plus grand que toi.* => *Lève la tête devant plus grand que toi;*

– індивідуалізм: *Un pour tous. Tous pour un.* => *Personne pour rien. Rien pour personne; Un grand homme ne s'abandonne pas à lui même.* => *Un grand homme est souvent livré à lui même.* Тут індивідуалізм межує із самотністю, однією з нагальних проблем сучасного європейського суспільства;

– гуманістичні ідеали та постмодерністський погляд людини всередину себе: *Si tu veux la paix, prépare la guerre.* => *Si tu veux la paix, prépare la paix. Ne fais pas aux autres ce que tu ne veux pas qu'on te fasse.* => *Ne te fais pas à toi-même ce que tu ne veux pas qu'un autre te fasse.*

– зміни в підходах до шкільної освіти: *Ce qu'on apprend péniblement, se retient plus longtemps.* => *Ce qu'on apprend avec plaisir, se retient plus longtemps.* Заміна компонента. Відображення кардинальних змін у педагогічних і дидактичних методиках, уперше ясно сформульованих у працях М. Монтессорі;

– протестні настрої молоді: *Les murs ont des oreilles.* => *Vos oreilles ont des murs (graffiti contestataire);*

– проблеми безробіття: *Bon ouvrier ne reste jamais sans rien faire.* => *Bon ouvrier reste souvent sans rien faire;*

– цінності європейської демократії: *Bon silence vaut mieux que mauvaise dispute.* => *Bonne dispute vaut mieux que mauvais silence;*

– проактивний діяльнісний підхід до подій навколишньої дійсності: *Tout vient à point à qui sait attendre.* => *Tout vient à point à qui sait s'y prendre. Dans le doute, abstiens-toi.* => *Dans le doute, essaie. Supporte et attends.* => *Essaie de changer ce que tu ne peux plus supporter.* В епоху технічного прориву для появи нового важлива не стільки воля, скільки інтелектуальні здібності: *Entre le possible et l'impossible se mesure la volonté des hommes.* => *Entre le possible et l'impossible se mesure l'intelligence des hommes.* Проте наступна ТП вступає в діалог із попередньою, іронізує та знижує пафос: *Sans maîtrise, la puissance n'est rien.* => *Sans puissance, nul besoin de maîtrise.*

Гроші та влада в сучасних умовах глобалізації не поступаються пальмою першості іншим цінностям: *Amour fait beaucoup, mais argent fait tout.* => *L'argent fait beaucoup mais l'amour brouille tout. L'argent ne fait pas le bonheur.* => *La pauvreté ne fait pas le bonheur.*

В епоху інформаційного вибуху та верховенства мас-медіа змінюється підхід до інформації: *La curiosité est un vilain défaut.* => *La curiosité est une sublime compétence (relatif à la théorie de l'information). Trois sortes de gens disent la vérité: les sots, les enfants et les ivrognes* => *Trois sortes de gens disent des bêtises: les sots, les enfants et les ivrognes. La paresse est la mère de tous les vices.* => *La presse est la mère de tous les vices.* Змінюється погляд на релігію і науку: *L'homme sans la science craint Dieu.* => *L'homme avec la science se prend pour Dieu.*

Трансформовані паремії в контексті інтертекстуальності. Безумовно, мовець прагне зробити мовлення оригінальним і виразнішим за допомогою готових форм – кліше, цитат, паремій. Вони добре відомі й емоційно ємні для представників цієї лінгво-культури, тому на них поширюється закон карнавалізації цінностей (за М.М. Бахтіним): найважливіше піддається висміюванню. Це і призводить до того, що готові зразки використовуються не тільки у вихідному, а й у трансформованому вигляді. Одиниця вбудовується в новий текст, породжуючи конструкцію «текст у тексті». Трансформований текст Т1 слугує матеріалом для утворення тексту Т2: *Il n'est jamais trop tard pour bien faire.* => *Quand il est trop tard, on ne peut plus rien faire.* Прислів'я отримує продовження і смисловий розвиток, утворюється нова текстова єдність із прирощенням смислу: *Il faut souffrir pour être belle.* => *Il faut se faire plaisir pour être belle.* Виконано антонімічну заміну, що веде до переосмислення стандартного підходу до догляду за собою в рамках гедоністичної філософії сучасної людини.

Таким чином, можна говорити про те, що на базі структурно-семантичних трансформацій і внаслідок мовної гри в живому мовленні, в художній прозі тощо відбувається інтертекстуальна деривація стійких зворотів: за допомогою різноманітних лінгвістичних способів із вихідних виразів (паремій-прототипів) або на основі прецедентних текстів (ПТ) іншого роду утворюються авторські паремії. Компонент змістовної структури одного тексту використовується в процесі текстопородження і створення нового тексту. Деривація за такого підходу розуміється як утво-

рення тексту Т2 від тексту Т1. Ю.М. Караулов, який уперше заговорив про ПТ, називає такими тексти «(1) значущі для тієї чи тієї особистості в пізнавальному й емоційному відношеннях, (2) ті, що мають понадособистісний характер, тобто добре відомі й широкому оточенню цієї особистості, включно з її попередниками й сучасниками, і, зрештою, такі, (3) звернення до яких поновлюється неодноразово в дискурсі цієї мовної особистості» [9].

Для об'ємнішого уявлення феномена ІД, що призводить до утворення трансформованих паремій, слід зупинитися на поняттях інтертексту та інтертекстуальності. Текстовий простір, у якому ми живемо, можна назвати інтертекстуальним простором (див. докладніше [2; 11]). В основі цього поняття лежить ідея про загальний багатовимірний простір тексту, в якому будь-який твір виникає як відгук і репліка на інше висловлювання. Це означає, що будь-який текст набуває своєї смислової повноти не тільки завдяки своїй референційності, а й через свою взаємну співвіднесеність, оскільки всі тексти перебувають у загальному інтертекстовому просторі. До подібного за своєю суттю висновку дійшов ще М.М. Бахтін: «Не існує жодного висловлювання поза його взаємодією з іншими висловлюваннями. Слова мови – нічийі, але в той же час ми чуємо їх тільки в певних індивідуальних творах, і тут слова мають не тільки типову, а й більш-менш виражену (залежно від жанру) індивідуальну експресію, яка визначається неповторно-індивідуальним контекстом висловлювання» [27]. Наше мовлення, тобто всі наші висловлювання (зокрема й творчі твори), сповнені чужих слів, різного ступеня «чужості» або різного ступеня освоєності. Ці чужі слова приносять із собою експресію, свою оцінку, яка освоюється, переакцентується нами [27]. Таким чином, єдине, що може автор, – це обирати ті чи інші елементи і варіювати їх у контексті загальноприйнятих шаблонів, а також переносити ці елементи з однієї системи в іншу. Це і є принцип калейдоскопа, проголошений постмодерністами: «Через призму інтертекстуальності світ постає як величезний текст, у якому все колись уже було сказано: змішання певних елементів дає дедалі більше нових комбінацій» [7, с. 334].

Термін інтертекстуальність було запроваджено Ю. Кристєвою в 1967 р. на основі аналізу концепції «поліфонічного роману» М.М. Бахтіна, який зафіксував феномен діалогу тексту з текстами і жанрами, що передують і паралельні йому в часі. Загалом концепція інтертекстуальності

сягає фундаментальної ідеї неklasичної філософії про активну роль соціокультурного середовища в процесі смислорозуміння і смислопородження [21]. Основною заслугою науковця М.М. Бахтіна Ю. Кристева вважає те, що він уперше запропонував натомість статичного членування текстів модель, у якій літературна структура не існує як даність, але виробляється стосовно іншої структури.

Будь-який текст, за М.М. Бахтіним, будується як мозаїка цитат, «будь-який текст є продуктом вбирання і трансформації якогось іншого тексту, і виявляється, що поетична мова піддається як мінімум подвійному прочитанню» [27]. Дослідники постмодернізму визначають інтертекст як основний вид і спосіб побудови художнього тексту в мистецтві модернізму та постмодернізму, який полягає в тому, що текст будується з цитат і ремінісценцій до інших текстів. Цитата в поезії інтертексту перестає відігравати роль простої додаткової інформації, відсилання до іншого тексту, вона стає запорукою самозростання значення тексту [8].

У «Словнику крилатих слів та виразів. Реальне співвідношення сил» [15] у зв'язку з цим йдеться про інтертекстуальну динаміку: текст-джерело (паремія-прототип чи інший ПТ) включається до нового тексту і розвивається в ньому. Автори вважають за доцільне введення терміна інтертекстема, під яким розуміють міжрівневий реляційний (співвідносний) сегмент змістовної структури тексту – граматичної (морфемно-словотворчої, морфологічної, синтаксичної), лексичної, просодичної (ритміко-інтонаційної), строфічної, композиційної, – залучений у міжтекстові зв'язки [15]. Виокремлюють 1) інтертекстеми першого (вихідного) рангу: вихідний вираз у цьому разі беруть таким, яким він представлений у тексті-джерелі; 2) інтертекстеми другого (трансформаційного) рангу – варіанти, які набувають у новому тексті функціональної автономності або самостійності, які у структурно-кількісному або лексико-семантичному відношенні є похідними від власне «канонічного слова» [15]. Нас більше цікавлять інтертекстеми другого рангу, оскільки ми розглядаємо одиниці, що зазнали тих чи інших трансформацій з утворенням ПТ: *La vérité sort de la bouche des enfants.* => *De la bouche des enfants sortent les paroles des parents.* Виконано смисловий розвиток через комплексне перетворення і створення ПТ на основі відомої структури. *Tant va la cruche à l'eau qu'à la fin elle se casse.* => *Tant va la cruche à l'eau qu'à la fin*

elle est pleine. Заміна та оказіональна антонімія ведуть до іронічного переосмислення паремії, завдяки полісемії *plein* – повний: у позитивному значенні – наповнений, не порожній, у негативному значенні – пересичений, такий, що втратив сенс подальших дій.

Семантичні та структурно-семантичні трансформації паремій французької мови. Вважаємо за необхідне уточнити уже наявні класифікації фразеологізмів (А.О. Туболева, В.М. Мокієнко) за наявністю ігрового моменту, виокремивши, таким чином: I. Семантичні та структурно-семантичні трансформації неігрового характеру; II. Структурно-семантичні трансформації ігрового характеру.

I. Семантичні та структурно-семантичні трансформації неігрового характеру:

1. Семантичні перетворення. До перетворень цього типу належать процеси, що не зачіпають лексико-граматичної структури паремії. Паремія набуває додаткового семантичного відтінку.

– Зміна конотативного змісту. Конотація (експресивний і функціонально-стилістичний компоненти значення) нерозривно пов'язана з предметно-логічним змістом мовного знака: *L'argent mène le monde.* => *L'argent mène le monde à sa perte.*

– Подвійна актуалізація та буквалізація значення. Пряме значення паремії, що є образною основою, не тільки актуалізується, але виступає на перший план: *Si vous voulez récolter de l'argent, il faut en semer.* => *L'argent ne pousse pas sur les arbres.* Діалог із вихідною паремією та буквалізація *semer* через зіткнення з *pousser*.

– Переосмислення та експлікація внутрішньої форми. При введенні у відповідний контекст, що «розкриває», встановлюються семантичні асоціації, що визначають нову внутрішню форму: *L'argent fait la loi.* => *L'argent fait la loi parce que certains homme l'ont voulu et les autres ont laissé faire.* Виконано смисловий розвиток через додавання підрядного речення.

2. Структурно-семантичні перетворення є смисловими перетвореннями, пов'язані зі зміною лексичного складу та / або граматичної форми паремії. Зазначимо, через специфіку самого матеріалу не завжди вдається навести приклад, де має місце лише одне перетворення. Нерідко вони поєднуються. Серед них виокремлюють два основні типи (слідом за авторами [12]): 1) перетворення, що не призводять до порушення тотожності паремій; 2) перетворення, внаслідок яких виникають оказіональні прислів'я та приказки. Унаслідок

структурно-семантичних перетворень першого типу створюються різноманітні індивідуально-авторські антиприслів'я, що конкретизують і розвивають смисловий зміст, який посилює експресивність у межах тотожності паремії. Перетворення другого типу характеризуються ознаками, що свідчать про порушення тотожності паремії: зміною предметно-понятійного змісту, категоріальної семантики, нетотожністю образної основи [14, с. 28]. Однак при найближчому розгляді сам «антиприслів'яний» матеріал чинить опір такому жорсткому поділу, викликаючи у свідомості дослідника сумнів, якою мірою порушується тотожність паремії, та породжуючи запитання: де закінчується тотожність паремії та починається оказіональність? У рамках цієї роботи ми залишаємо це питання дискусійним. Отже, серед перетворень першої підгрупи слід зазначити:

1. Зміну компонентного складу прислів'я.

– Заміна компонента прислів'я словом або словосполученням: *Les contraires s'attirent.* => *Les contraires s'annihilent. Ce qui ne tue pas rend plus fort.* => *Ce qui ne tue pas rend plus méfiant* (антонімічна заміна). *Qui a bu, boira.* => *Qui a bu n'a plus soif.* Буквалізація і зниження пафосу передбачення.

– Додавання та розширення компонентного складу прислів'я: *Le monde appartient à ceux qui se lèvent tot.* => *Le monde appartient à ceux qui ont des employés qui se lèvent tot. Faute avouée est à moitié pardonnée.* => *Faute non avouée n'a pas besoin d'être pardonnée.* Смисловий розвиток.

– Скорочення компонентного складу (еліпсис). При цьому смисловий зміст може зберігатися, а може набувати нових рис. Експресивність, образність може посилитися, оскільки на перший план виходить комічний ефект: *Quand le soleil s'éclipse, on en voit la grandeur.* => *Quand le soleil s'éclipse, on ne le voit plus.* Опущення компонента, заперечення. *Mieux vaut vivre enchaîné près de celui que l'on aime, que libre au milieu des jardins près de celui que l'on hait.* => *Mieux vaut vivre libre près de celui que l'on aime, au milieu des jardins!*

2. Зміни в розташуванні компонентів.

– Синтаксична інверсія як засіб посилення експресивності, смислового виділення компонентів: *Chaque solution amène de nouveaux problèmes.* => *Chaque nouveau problème amène de nouvelles solutions. Les succès produisent les succès, comme l'argent produit l'argent.* => *Les succès produisent l'argent, comme l'argent produit le succès.* Хіазм – стилістична фігура, яка передбачає

зворотний паралелізм у симетричних частинах фрази, часто з подвійним лексичним повтормом [39], дзеркальна перестановка компонентів. Хіазм – один із найпоширеніших механізмів трансформації зібраних Б. Вербером паремій французької мови, тому що дана стилістична фігура є «вивертання навиворіт» у чистому вигляді, ту саму «twisted wisdom» у термінах англомовних дослідників.

– Перехід стверджувальних форм у заперечні, і навпаки: *Qui cherche, trouve!* => *Qui ne cherche pas, trouve. Aide-toi et le ciel t'aidera.* => *Aide-toi car le ciel ne t'aidera pas.* Заміна позитивної форми дієслова на негативну та характеру зв'язку між простими реченнями (твір на підпорядкування) призводить до переосмислення прислів'я в контексті діяльнісного підходу.

– Повна деформація. При цьому окремі компоненти можуть вживатися відокремлено, не вступаючи в синтаксичні зв'язки, або вживаються як значеннєві центри сполучень, які докорінно відрізняються за структурою і лексичним складом від вихідного: *Tous les hommes d'action sont des rêveurs.* => *Les hommes d'action n'ont pas le temps de rêver.*

– Використання окремих компонентів, що виражають елементи значення паремії: *L'amour rend aveugle.* => *L'attachement rend aveugle, la séparation rend la vue. Supporte et attends.* => *Essaie de changer ce que tu ne peux plus supporter.* Смисловий розвиток. Діяльнісний проактивний підхід європейської свідомості.

У результаті перетворень другої підгрупи виникають оказіональні (індивідуально-авторські) паремії. Сюди примикає утворення авторських афоризмів, що ґрунтуються на вже наявних пареміях-прототипах і фразеологічних одиницях. Можуть мати місце:

– Структурно-семантична (рольова) інверсія: *On n'offense personne en l'aimant.* => *En offensant, personne ne nous aime. Un âne peut donner un coup de pied à un lion mort.* => *Un lion mort fera trébucher les ânes.*

– Конверсія ситуації. Відбувається заміна ситуації, що відображає дію, вироблену певним суб'єктом, ситуацією, в якій той самий суб'єкт опиняється в ролі об'єкта, на який поширюється дія, вироблена іншим суб'єктом: *Qui ne tente rien n'a rien.* => *Qui n'a plus rien tente tout. Si jeunesse savait, si vieillesse pouvait ...* => *Si vieillesse savait ce que jeunesse pouvait!* Хіазм, синтаксична трансформація умовного підрядного в додаткове підрядне, зміна мети висловлювання.

– Контамінація: об'єднання прислів'їв, фразеологізмів тощо, унаслідок чого може виникнути антиприслів'я. Контамінація частин двох або трьох прислів'їв, фразеологізмів або повних прислів'їв: *L'argent n'a pas d'odeur. => L'argent mène le monde par le bout du nez même s'il n'a pas d'odeur (Jean Dion). A beau mentir qui vient de loin. => Nul n'est prophète en son pays.* Діалог двох паремій.

– Докорінне переосмислення паремій. При цьому може спостерігатися втрата смислових зв'язків, порушення семантичної тотожності з похідною паремією. Лексичний склад і граматична структура прототипу можуть бути частково збережені: *La tartine tombe toujours du côté qui est complètement beurré. => Comme la tartine, l'ivrogne tombe toujours du côté qui est complètement beurré.*

– Утворення оказіональних ТП: а) за моделями на базі образу при частковій зміні значення й образної основи: *La vérité sort de la bouche des enfants. => De la bouche des enfants sortent les paroles des parents.* Смисловий розвиток через комплексне перетворення. Створення нової паремії на основі відомої структури. *Ne pas voir. Ne pas entendre. Ne pas parler. (Secret du Bonheur). => Apprendre à regarder. Etre à l'écoute. Transmettre.* б) на основі авторських афоризмів: *Médiocre est l'élève qui ne dépasse pas le maître. (Léonard De Vinci). => Médiocre est le maître dont l'élève le surpasse. Un ami, c'est quelqu'un qui sait tout de toi, et qui t'aime quand même (F. W. Hubbard). => Un ex ami, c'est quelqu'un qui ne t'aime plus parce qu'il sait tout de toi.* Приклади цього пункту є діалогом з вихідною паремією.

– На додаток до використовуваної класифікації структурно-семантичних трансформацій [12] у досліджуваному матеріалі спостерігаються трансформації, що ведуть до смислового розвитку:

– з руйнуванням парадокса: *Le mieux est l'ennemi du bien. => Le pire est l'ennemi du bien.* Антонімічна заміна, руйнування парадокса. *Qui paie ses dettes s'enrichit. => Qui paie ses dettes s'appauvrit. Apprends la sagesse dans la sottise des autres. => Apprends la sagesse dans l'intelligence des autres. L'exception confirme la règle. => L'exception détruit la règle.*

– з утворенням парадокса: *Qui cherche, trouve! => Qui ne cherche pas, trouve.*

II. Структурно-семантичні трансформації ігрового характеру. Їхня відмінність від першої групи в тому, що заміна, додавання компонентів

та інші операції відбуваються з утворенням каламбуру або іншого виду мовної гри. Обмовимося, що іноді трансформації відбуваються на стику першого і другого типу. У цьому разі не завжди можливо зарахувати результат такої ІД безперечно до того чи іншого типу, про каламбур і паронимазію у французькій мові див. [20]. Отже, серед ігрових трансформацій представлені: а) подвійна актуалізація та буквалізація значення: *On se heurte toujours où l'on a mal. => On a toujours mal où l'on se heurte.* Mal – а) погано; б) боляче (семістичний каламбур), *se heurter* – а) стикатися з перешкодою; б) вдарятися, завдавати собі болю; б) заміна компонента на інший, який вступає з вихідним у відносини паронімічної атракції (паронимазія): *Plus on est de fous, plus on rit. => Plus on est de fous, plus on périt. Tous les goûts sont dans la nature. => Tous les égouts vont dans la Nature. Si tu ne peux le combattre, embrasse ton ennemi. => Si tu ne peux le combattre, embarrasse ton ennemi.* Фонічний каламбур на основі паронімії; в) заміна компонента омофоном: *Plus on est de fous plus on rit. => Plus on est de fous et moins il y a de riz;* г) заміна компонентів, що призводить до розкриття полісемії компонентів: *Heureux est l'élève qui comme la rivière arrive à suivre son cours sans sortir de son lit. => Heureux est l'élève qui ne suis pas ses cours en sortant du lit.* Lit – 1) ліжко; 2) русло річки.

Висновки. Систематизація перетворень може послужити полем для психолінгвістичного експериментування, що виявляє певні механізми асоціативно-образного мислення. Цей спосіб ментального освоєння дійсності відбивається в узуальних і оказіональних уживаннях паремій, у їхніх конфігураціях, фіксація яких слугує відтворенню мовних моделей світу в динаміці. Текст перетворюється на інтертекст, вбудовуючись у загальний вертикальний контекст текстового універсуму. Готові зразки – прецедентні тексти та інші стійкі форми – часто використовуються не у вихідному, а в трансформованому вигляді, тобто піддаються інтертекстуальній деривації. ВД здійснюється шляхом різних структурно-семантичних трансформацій: семантичні перетворення, серед яких зміна конотативного змісту, подвійна актуалізація і буквалізація значення, переосмислення та експлікація внутрішньої форми; структурно-семантичні перетворення, серед яких заміна компонента, додавання та розширення компонентного складу, еліпсис, зміни в розташуванні компонентів, синтаксична інверсія, хіазм, перехід стверджувальних форм

на заперечувальні і навпаки, повна деформація, використання окремих форм. Структурно-семантичні трансформації ігрового характеру відбуваються в результаті заміни компонентів на інші, що вступають у відносини паронімії, омофонії та полісемії з вихідними елементами. Не завжди видається можливим провести чітку межу між трансформованою та оказіональною паремією.

Іноді трансформована паремія створюється на основі прототипу за зразком і структурною подобою, не зберігаючи вихідної семантики. Значення прототипу накладається на значення деривату, значення множаться, відповідаючи потребам сучасної лінгвокультурної спільноти, віддзеркалюючи її карнавальну розкутість і демократизацію мовних процесів.

Список літератури:

1. Булах М. Б. Алюзії та ремінісценції в сучасних українських мас-медійних текстах. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2012. Вип. 24. С. 140–148.
2. Біловус Л. Теорія інтертекстуальності: Становлення понять, тлумачення термінів, систематика. Тернопільський держ. педагогічний ун-т ім. Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2003. 36 с.
3. Гаврилова В. В. Теоретичні засади вивчення паремій. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер.: Філологічні науки. 2015. Вип. VII. С. 11–20.
4. Гловінський М. Інтертекстуальність. *Теорія літератури в Польщі: Антологія текстів. Друга половина XX – початок XXI ст.* К., 2008. С. 284–309.
5. Гулідова І. С. Паремійний простір американської поезії XX століття: лінгвокогнітивний і прагмалінгвістичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2008. 21 с.
6. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою). Львів : Вища школа, 1983. 176 с.
7. Енциклопедія постмодернізму / За ред. Ч. Вінквіста і В.Тейлора; Пер. з англ. В.Шовкун; Наук. ред. пер. О.Шевченко. К.: Видво Соломії Павличко «Основи», 2003. 503 с.
8. Енциклопедичний словник символів культури України / за заг. ред. В.П. Коцура, О.І. Потапенка, В.В. Куйбіди. 5-е вид. Корсунь-Шевченківський: ФОП Гаврищенко В.М., 2015. 912 с.
9. Прецедентні тексти: історія питання. URL: https://studwood.net/2095271/marketing/pretsedentni_teksti_istoriya_pitannya (дата звернення: 13.10.2022).
10. Колоїз Ж. В., Малюга Н. М., Шарманова Н. М. Українська пареміологія : навчальний посібник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів / за ред. Ж. В. Колоїз. Кривий Ріг : КП ДВНЗ «КНУ», 2014. 349 с.
11. Лімборський І. Філософська парадигма художнього перекладу: феномен нерозуміння “чужого” слова й тексту. *Слово і Час*. 2019. № 1. С. 3–11.
12. Мокієнко В. М. Варіантність як одне з джерел утворення фразеологізмів. *Мовознавство*. № 5, 1970. С. 39–50.
13. Овсянко О.Л. Модифікації англійських прислів'їв на просторах публіцистичного дискурсу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки». 2016. №. 6 (331). С. 57–63.
14. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психологічний та етнокультурний аспекти): монографія. К. Черкаси: Брама, 2004. 276 с.
15. Словник крилатих слів та виразів. Реальне співвідношення сил. Тлумачний перекладознавчий словник. 3-тє видання, перероблене. М: Флінта: Наука. 2003.
16. Шаповал М. Інтертекстуальність: історія, теорія, поетика: навч. посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. 167 с.
17. Anscombe J. C. Proverbs et formes proverbiales: valeur evidentielle et argumentative. 2000. Vol. 102. № 1. P. 95–107.
18. Bacry P. Les figures de style : et autres procédés stylistiques. Paris : Belin, coll. «Collection Sujets», 1992. 335 p.
19. Gutknecht C. Lauter spitze Zungen. München, 1997. 296 S.
20. Héber A. Calembour et paronomase. Une plus ou moins grande charge sémantique? *Verbum*. № 1-2-3. Nancy : Presses universitaires de Nancy, 1993. P. 111–118.
21. Kristeva J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman. *Critique*. T. 23, № 239, 1967. P. 438–465.
22. Litovkina A.T. Old proverbs Never Die: Anti Proverbs in the Language Classroom. *Foldes, Csaba (ed.) Res humanae proverbium et sententiarum: Ad honorem Wolfgangi Mieder*. Tübingen : Gunter Narr Verlag, 2004. P. 295–326.
23. Mieder W., Litovkina A.T. Twisted Wisdom, Modern Anti-proverbs. -Vermont, 1999. 254 p.

24. Milica, I. Proverbs et antiproverbs. *Proverbs and proverbials forms: evidential and argumentative*. Volume 102, no 1. Paris. Anscombe, J. C. 2000–2011. 117 p.
25. Montessori M. *Impariamo dai bambini ad essere grandi*. Garzanti Libri s.r.l., Milano, Gruppo editoriale Mauri Spagnol, 2014. 197 p.
26. Shapira C. Proverbe, proverbialisation et dépro-verbialisation. *Languages*. 2000. Vol. 34. № 139. P. 81–97.
27. The Bakhtin Circle: a timeline. *The Bakhtin Circle in the Master's absence*. Eds. Craig Brandis, David Shepherd & Galin Tihanov. Manchester-New-York: Vancherster University Prwess, 2004. P. 251–275.
28. Villon F. *Ballade des contre-vérités* // F. Villon. Режим доступу: <http://villon-poetry.ru/ballades/28> (дата звернення: 13.10.2022).
29. Werber B. *Faites vous aussi vos anti-proverbes*. URL: <http://www.bernardwerber.com/interactif/antiproverbes.php>. (дата звернення: 13.10.2022).
30. Zouogbo J. P. *Le proverbe entre langue et culture* / J. P. Zouogbo. Bern : Peter Lang SA, 2006. 361 p.

Kosovych O. V. TRANSFORMED ALLUSIONS IN THE FRENCH LANGUAGE AS A REFLECTION OF THE DEMOCRATIZATION OF LANGUAGE PROCESSES

The article is devoted to the issues of changing stable units of the French language in the course of intertextual derivation by means of structural and semantic transformations. In recent decades, linguists have written a lot about the secondary nature of texts, about the interweaving of old texts into newly created ones and about the vertical textual universe that is formed in this way. This is one of the manifestations of intertextuality, or the use of a component of the semantic structure of one text in the process of text generation and creation of a new text. Language users transform quotations, parables, and other precedent texts within the pragmatic setting of the utterance, causing an increase in meanings, forcing the interlocutor to think in volumes. Stable units of language undergo intertextual derivation, resulting in the formation of transformed paremia. This phenomenon has received theoretical comprehension on the material of Ukrainian and English languages, while in the field of French language a large-scale study has not yet been conducted.

The analysis of the material in the amount of 200 units, collected by the writer B. Werber, showed that the transformations are carried out within the framework of the described structural and semantic transformations of phraseological units. The study conducted by B. Werber showed that the transformations are carried out within the framework of the described structural-semantic transformations of phraseological units, but in the case of parables we should also talk about structural-semantic transformations of a playful nature, where the main text-forming factor is a pun or a play on words. The main revealed mechanisms of transformation of French parables are substitution, addition, rearrangement of elements and creation of secondary transformed parables on the basis of the primary text with semantic development, ironic rethinking and destruction of the initial paradox. The semantic fields of derivatives are also changing: the values of freedom, equality, individualism and activity approach in the modern society of scientific and technological progress are proclaimed. The meaning of the prototype is superimposed on the meaning of the derivative, the meanings are multiplied, meeting the needs of the modern linguistic and cultural community, reflecting its carnival emancipation and democratization of linguistic processes.

Key words: *linguocultural studies, paremia, intertext, intertextual derivation, transformed paremia, structural and semantic transformations, language play.*

Ніколаєва Н. М.

Запорізький національний університет

СПОСОБИ УТВОРЕННЯ КОМПОЗИТИВ З КОЛІРНИМИ КОМПОНЕНТАМИ *BLAU* ТА *GELB* У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

*Відомо, що основні кольори мають прототипові значення [2]. Отже, існує концептуальна асоціація: синій колір і небо, жовтий і сонце, червоний і вогонь, зелений і «речі, що ростуть із землі». Білий та чорний кольори можна назвати різними відтінками світла. Нас цікавлять складні слова з колірним компонентом. Наша мета – вивчити ці прототипові значення серед композитів з колірним компонентом *blau, gelb*.*

*У цій статті розглядається деривація колоронімів *blau, gelb* у публіцистичному тексті німецької мови. Можна зазначити, що продуктивність словоскладання як спосіб формування нових номінацій зростає, і зараз це є найбільш продуктивним методом, за допомогою якого утворюються нові назви. Композити утворені щонайменше з двох основ, і можуть поєднувати будь-які частини мови (іменник + іменник, прикметник + прикметник, дієслово + іменник тощо). У даній статті композити утворені за зразком «прикметник кольору + іменник», хоча є й інші «прикметник кольору + дієслово», «прикметник кольору + прикметник».*

Колороніми в німецькомовній культурі мають постійний набір переносних значень, що описують різноманітні об'єкти. Майже всі колороніми є полісеміями, тому їх значення визначаються або в певних поєднаннях, або в контексті. Композит набуває переносного значення завдяки кольоровій складовій та стійким асоціаціям з цим кольором. Усі композити утворюються шляхом метафоричного або метонімічного переосмислення, значення якого не завжди збігається з лексичними тлумаченнями. Найбільш вживаним механізмом переносного значення в процесі слово- і фразотворення за участю колоронімів виявляється механізм перенесення найменування одного предмета на інший за подібністю.

*Значення всіх складних слів пов'язані з людиною, з описом її зовнішніх даних або характеристикою її діяльності. Німецькі композити з кольоровими компонентами *blau, gelb* використовуються як з позитивним, так і з негативним значенням.*

Ключові слова: композити, колороніми, синій, жовтий, значення, німецька мова.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика приділяє особливу увагу вивченню мови засобів масової інформації і, перш за все, – мови преси, тому що для неї є характерним жанрове розмаїття, динамічність, яскравість, також вона є своєрідним середовищем для різного роду новоутворень.

Лінгвісти, аналізуючи мову преси, розглядають її в різних аспектах, в тому числі і з використанням колоронімів. Розвитку семантики колоронімів сприяє взаємодія прямих, переносних і символічних значень, оскільки колір – це не тільки атрибут зорового сприйняття людини, а й складова частина мовної свідомості та уяви особистості.

Характерним для публіцистичного тексту є вживання складних слів (композитів) з колірним компонентом, які набувають у ньому нових значень, та утворення нових відповідних композитів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Словоскладання в сучасній німецькій мові має

давню історію вивчення. Основи дослідження закладаються в першій половині XIX століття в роботах К. Ф. Бекера і Я. Грімма. Вивчаючи складні слова, К.Ф. Бекер розрізняє «злиття» (*Verschmelzung*) і «з'єднання» (*Zusammenfügung*) [5, с. 12]. На думку вченого, збагачують словниковий запас саме злиття як одиниці номінації, що позначають нові поняття. Дана думка простежується і в «Німецькій граматиці» Я. Грімма, який вніс великий внесок у вивчення словотвору і словоскладання в германських мовах [5, с. 14].

Вивчення словоскладання в німецькій мові продовжилося в XX столітті. Складні слова досліджуються багатоаспектно: вивчаються їх структурно-генетичні та семантико-синтаксичні особливості (М.Д. Степанова [5], В.С. Вашунін [1], В. Фляйшер [6]), стилістичний потенціал складних слів (В. Фляйшер [6]), особливості функ-

ціонування (В.С. Вашунін [1], Т.С. Глушак [3], А.Т. Кукушкіна [4]), при цьому уточнюються наявні класифікації складних слів.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у виявленні композитів з колірними компонентами *blau* та *gelb* і визначенні їх функції в німецькомовних публіцистичних текстах.

Виклад основного матеріалу. Колороніми, які входять до складу композитів утворюються за моделями: Adj + S (де Adj – колірний прикметник, S – іменник), Adj + V, Adj + Adj.

Розглянемо композити з колірним компонентом *blau*, побудовані за моделлю **Adj + S**. Складний іменник з компонентом *blau* може позначати: складову частину ботанічних, біологічних, хімічних назв (*die Blaualge* ‘водорості синьо-зеленого кольору’, *der Blaufuchs* ‘чорно-бура лисиця’, *die Blaumeise* – зоол. ‘лазоревка’, *die Blaupause* ‘синька креслярська’, *die Blausäure* ‘синильна кислота’, *die Blautanne* ‘блакитна ялина’, *der Blauwal* ‘синій кит’, *die Blaubeere* ‘чорниця’), професію (*der Blauhelm* ‘блакитна каска (Миротворчі сили ООН)’, *die Blaujacke*, *der Blaumann* ‘моряк’), соціальний статус (*der Blaubart* ‘Синя Борода (герой казки)’, *der Blaustrumpf* ‘синя панчоха’), документацію (*das Blaubuch* ‘синя книга’, про Британське урядове видання, що отримало свою назву через колір обкладинки), промисловість (*der Blaudruck* ‘текстильна промисловість’) [7, с. 314], корисні копалини (*das Blaueisenerz* ‘синя залізна болотна руда’ (вівіаніт), освітлення (*das Blaulicht* ‘синє світло’), продукти харчування (*der Blauschimmelkäse* ‘блакитний сир’, *der Blaukohl*, *der Blaukraut*, *der Blaukabis* ‘капуста червонокачанна’), канцелярські товари (*der Blaustift* ‘синій олівець’), хворобу (*die Blausucht* ‘синя хвороба (синюха)’, дати (*der Blau Montag* ‘останній день карнавалу’) [8, с. 311].

Композити, утворені за моделлю **Adj + V**, позначають порушення трудової дисципліни (*das Blaumachen* ‘прогул’, *blaumachen* ‘прогулювати’) [280]. Складні прикметники, побудовані за моделлю **Adj + Adj** позначають: походження: *blaublütig* ‘дворянський’, тобто блакитної крові; зовнішні дані людини: *blauäugig* ‘синьоокий, блакитноокий’ [7].

У далі наведеному прикладі мова йде про прагнення людства до отримання дворянського титулу, що не оминуло і сім’ю виноробів, які проголосили вже 66-у ‘винну королеву’. Прикметник *blaublütig* ‘блакитна кров’ у цьому випадку вживається у метафоричному значенні ‘аристократичний’ і є засобом вираження іронії:

Blaublütig.

Stefanie Schwarz ist die 51. Württemberger Weinkönigin. Die Untertürkheimerin Stefanie Schwarz ist die amtierende Weinkönigin. Ihrem Vater Markus und dem Bruder Ludwig – beide Winzer – war ihr Adelstitel gar einen Königinnen-Wein wert. Stuttgart – Die Sehnsucht nach blauem Blut ist groß [Der Spiegel, 31. März, 2015].

У цьому прикладі для позначення миротворчих сил ООН вживаються два композита *Blauhelme* – букв. ‘блакитні каски’, *Blauhelsoldaten* – букв. ‘солдати блакитних касок’. У світовій політиці блакитний колір є символом миру, а також кольором прапора ООН. Вищеназвані складні іменники утворились за допомогою метонімічного перенесення кольору з однієї частини військового екіпірування – каски:

Vorwurf des Kindesmissbrauchs: Uno stellt Blauhelme unter Hausarrest Wegen neuer Vorwürfe des Kindesmissbrauchs durch Blauhelsoldaten in der Zentralafrikanischen Republik ziehen die Vereinten Nationen 120 Angehörige der Uno-Truppe Minusca aus dem Land ab [Der Spiegel, 1. April, 2015].

19 Tote bei Angriff auf Blauhelsoldaten

Beim Angriff auf die Friedensmission im Kongo wurden auch mehr als 50 Menschen verletzt. UN-Generalsekretär Guterres spricht von einem Kriegsverbrechen. Die Blauhelsoldaten stammten weitgehend aus Tansania. Mindestens fünf kongolesische Soldaten wurden ebenfalls getötet, wie Haq sagte [Der Stern, 2. März, 2015].

Прагнення до миру сприяло виникненню нових складних слів, пов’язаних з ООН: *die Blauhelmbasis* ‘база блакитних шоломів’, *der Blauhelmeinsatz* ‘залучення до бою блакитних шоломів’:

Die Blauhelmbasis befindet sich in Semuliki in der Provinz Nord-Kivuentfernt rund 45 Kilometer von der Stadt Beni. Diese wurde in der Vergangenheit wiederholt von der Rebellengruppe (ADF) angegriffen. Auf dem Stützpunkt sind Interventionstruppen stationiert, die das Mandat zu Offensiven erhalten haben, wie Radio Okapi berichtete, das mit der UN-Mission verbunden ist [Der Spiegel, 2. Oktober, 2015].

Der UN-Blauhelmeinsatz Monusco im Kongo ist der größte und teuerste der Welt. Die Soldaten sollen in dem afrikanischen Land für eine Beruhigung der Lage im Konflikt mit mehreren bewaffneten Gruppierungen sorgen. UN-Angaben zufolge wurden seit dem Beginn der Mission im Jahr 1999 fast 300 Blauhelme in dem Land getötet [Der Spiegel, 11. März, 2015].

У цьому прикладі американську актрису Доріс Дей назвали *der Blaustrumpf* ‘Синьою панчохою’ за її особисті якості і нехтування своїх домашніх

і сімейних обов'язків. Сарказм передається метонімічним переносом:

*Doris Day zum 80. **Blaustrumpf** im kalten Krieg.*

Sie war der oberste Blaustrumpf der Nation, das brave US-Gegenbild zur Schmolmund-Erotik von Brigitte Bardot, Urbild der aufrechten Amerikanerin. Während andere – wie Meg Ryan oder Jennifer Aniston – sich in ihrem mimischen Fundus bedienen, kümmert Doris Day sich inzwischen lieber um ihre Haustiere. Am Samstag wurde sie 80 Jahre alt [Der Spiegel, 11. März, 2015].

У поданому прикладі композит *der Blaustrumpf* 'синя панчоха' служить також для номінації людини. Але його первинне негативне забарвлення не підтримується контекстом: мова ідеться про Герміону, героїню з кінофільму 'Гаррі Поттер', її називають не просто 'синьою панчохою', а гарною 'синьою панчохою', тому що в житті вона знається на стилі та приділяє багато уваги своєму зовнішньому вигляду:

*Populär wurde der hübsche **Blaustrumpf** aber besonders durch sein Stilbewusstsein. Wenn Emma ein Fotoshooting für ein glamouröses Magazin machte, besteht sie schon früh darauf, ihre eigenen Kleider auswählen zu dürfen und nicht „diese schrecklich hohen Schuhe tragen“ zu müssen [Der Spiegel, 11. Dezember, 2015].*

Нижчеподаний дієслівний фразеологізм *blaumachen* належить до ідіом з негативними конотаціями і є типовим для розмовного стилю спілкування:

*Wenn Arbeitnehmer **blaumachen** – für viele Firmen ein ganz heißes Eisen. Krankfeiern ist ein Thema, über das nicht gerne laut gesprochen wird [Der Spiegel, 2. Juni, 2015].*

У цій статті складні слова *blaumachen* 'прогулювати', *Blaumacher* 'прогул', чиє первинне значення – негативне, набувають позитивного значення. Як виявилось, з точки зору психології, прогул одного робочого дня не зашкодить, а працездатність трудящого завдяки незапланованому вихідному дню збільшується:

***Blaumachen** muss nicht immer schlecht sein. In der Schweiz ist **blaumachen** wenig verbreitet. Doch einmal zu Hause zu bleiben, statt arbeiten zu gehen, kann sich auch positiv auswirken. 20-Minuten-Leser sind keine **Blaumacher**. Diesen Schluss legt jedenfalls die Umfrage im Rahmen unseres Artikels zum Absenzen-Management nahe: 60 Prozent der gut 16'000 Teilnehmenden gaben dabei an, noch nie gelogen zu haben, um freizunehmen. 36 Prozent der Antwortenden haben sich hingegen schon Freitage erschwindelt [Der Spiegel, 21. Februar, 2016].*

Складні слова з колірним компонентом *gelb*

Розглянемо композити з колірним компонентом *gelb*, побудовані за моделлю *Adj + S*. Складний іменник з компонентом *gelb* може позначати: складову частину ботанічних, біологічних, хімічних назв (*die Gelbfibermücke* 'жовтий малярійний комар', *der Gelbkörper* 'жовте тіло', *das Gelbkörperhormon* 'жіночий гормон', *der Gelbrost* 'іржа', *die Gelbrübe* 'морква', *das Gelbkreuz* 'жовтий хрест', про марку хімічних снарядів під час першої світової війни), хворобу (*das Gelbfieber* 'жовта лихоманка', *der Gelbspötter*, *die Gelbsucht* 'жовтяниця'), соціальний статус (*der Gelbschnabel* 'жовторотий молодик, молокосос'), застережливий сигнал (*das Gelblicht* 'жовте світло', *die Gelbsperre* 'жовта заборона'), документацію (*das Gelbbuch* 'жовта книга') [8, с. 415].

Складний іменник *die Gelbesucht* є метафоричним переосмисленням, утворене з допомогою аналогії – у хворого на жовтяницю спостерігається пожовтіння слизових оболонок і шкіри:

*Gelbe Haut beim Kleinkind nicht unbedingt **Gelbsucht**. Gelb gefärbte Haut wird oft als Zeichen für eine drohende **Gelbsucht** gesehen. Eltern von betroffenen Kindern befürchten schnell das Schlimmste. Warum eine verfärbte Haut aber nicht immer auf eine Lebererkrankung hindeutet, erklärt eine Spezialistin. Eine gelbe Haut beim Kleinkind muss nicht unbedingt auf **Gelbsucht** hinweisen [Heute, 16. Mai, 2015].*

У публіцистичному тексті колоронім *gelb* часто зустрічається у складі слів, які вживаються з дефісом, наприклад, *Gelb-Chance* – букв. 'жовтий шанс'. Це новоутворення вживається замість словосполучення *Gelber Trikot* – 'жовта майка лідера' і означає, що хтось має шанс стати лідером у поточному змаганні: *Tour 2018 mit Alpe d'Huez, Kopfsteinpflaster und **Gelb-Chance** für Kittel. Für Kittel (Arnstadt), 2017 mit fünf Etappensiegen der überragende Sprinter, bietet sich ein gutes halbes Dutzend Siegchancen. Schon die erste Etappe im Westen Frankreichs könnte mit einer Sprintankunft und daher mit dem **Gelben Trikot** für Kittel enden [Die Zeit, 7. Dezember, 2017].*

У вищевказаному контексті замість словосполучення *Gelber Trikot* – 'жовта майка лідера' вживається новоутворення *Gelb-Träger* – букв. 'жовто-носій': *Innsbruck – Der Gesamtweltcup-Führende Richard Freitag greift bei der 66. Vierschanzentournee nach dem ersten großen Titel in diesem Olympia-Winter.*

Der Drittplatzierte Dawid Kubacki, ebenfalls Polen, liegt schon über 20 Punkte hinter Freitag zurück. 'Es ist ein Sportler vor Richard, der mit

allen Wassern gewaschen ist. Diese Punkte werden wahnsinnig schwer wettzumachen', sagte Bundestrainer Werner Schuster. **Gelb-Träger** Freitag wirkte mit zwei zweiten Plätzen eigentlich recht zufrieden [Der Stern, 04. Januar, 2017].

Іменник *der Gelbschnabel* вказує на недосвідченість, незрілість будь-якої особи. Далі в контексті 'жовторотим молодиком' називають людину, яка не знає правил дорожнього руху: *Wie stark die erzieherische Wirkung der Puppenbühnen ist, zeigt sich an diesem Vormittag im Gemeindesaal in Fürth. Gebannt verfolgen die Vier – bis Fünfjährigen das Schicksal des schusseligen Raben Harald. Gerade noch hatte ihm der Kasper das richtige Verhalten beim Straßenüberqueren eingeschärft, da hat er sie – abgelenkt von einem herumgaukelnden Schmetterling – auch schon wieder vergessen: Der Gelbschnabel läuft trotz roter Ampel über die Straße – und vor einen gerade noch rechtzeitig stoppenden Lastwagen* [Der Spiegel, 10. September, 2019].

Складний іменник *das Gelbbuch* 'жовта книга', утворений за аналогією з англійським варіантом *Yellow Book* (стандарт зберігання комп'ютерних даних для CD-ROM) вживається для позначення звіту перед акціонерами:

Trotz roter Zahlen wird die Dividende für 2015, wie vorgesehen, in Höhe von 850 Millionen Euro ausbezahlt. Laut dem „Gelbbuch“ – einem Papier, das das Unternehmen am Dienstag an seine Aufsichtsräte verschickt hatte – ist es der grundlegendste Umbau, seit die Behörden-Bahn in die Deutsche Bahn umgewandelt wurde [Heute, 14. April, 2016].

Складний іменник *das Gelbkreuz* 'жовтий хрест' вживається для позначення хімічної зброї, що за запахом нагадує гірчицю, інакше кажучи, 'гірчичний газ', який було використано під час Великої Вітчизняної війни. Хрестом на карті позначалися населені пункти, жителів яких було знищено цією зброєю: *Mit solchen Kasinoscherzen war es vorbei, als Nernst abtrat und sein Nachfolger Fritz Haber, später ebenfalls Nobelpreisträger, die Eskalation organisierte. Nun waberte auch das berühmte*

Senfgas („Gelbkreuz“) über die Schützengräben. Beide Seiten benutzten es mit schrecklichem Resultat. Zahllose Soldaten wurden schwer geschädigt, 90 000 starben im Gas – davon allein rund 56 000 Russen [Heute, 1. April, 2020].

Композит, утворений за моделлю **Adj + Adj**, позначає якість (*gelbreif* 'зрілий, стиглий'). У наведеному прикладі прикметниковий композит *gelbreif* позначає стиглість пшениці, де колір цілком збігається із кольором стиглих зерен цієї рослини: *Der rechte Zeitpunkt zur Ernte der Getreidearten ist gekommen, wenn die Körner 'gelbreif' geworden, wenn sich das Korn über den Fingernagel noch brechen lässt, wenn beim Weizen die obersten Halmknoten sich bräunen* [Der Stern, 11. April, 2015].

Висновки і пропозиції. Отже, можна констатувати в цілому, що продуктивність словоскладання як способу утворення нових номінацій зростає, і в даний час словоскладання є найбільш продуктивним способом, за допомогою якого утворюються нові найменування. Композити, в більшості випадків, утворені за моделлю «прикметник кольору + іменник».

Всі композити утворені шляхом метафоричного або метонімічного переосмислення, значення яких не завжди збігається зі словниковими трактуваннями. Спостерігається залежність словотвірної активності колоронімів від психічних асоціацій людини, запрограмованих з давніх часів і виявляє не лише нові значення вже існуючих композитів з колірним компонентом, а й фіксує нові лексеми, серед яких є композити, які утворюються за допомогою дефіса. Всі складні слова пов'язані з людиною, з описом її зовнішніх даних або з характеристикою її діяльності.

Значна продуктивність складних слів в німецькій мові взагалі і в публіцистичному тексті зокрема вимагає їх всебічного і фундаментального опису, що і визначає перспективність подальших досліджень композитів з колірним компонентом в мові преси.

Список літератури:

1. Вашунин В. С. Субстантивные сложные слова в современном немецком языке. М.: Высшая школа, 1990. 159 с.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 416 с.
3. Глушак Т.С. Функциональная стилистика немецкого языка. Учеб. пособие для факультетов и институтов иностранных языков. Минск: Высшая школа, 1981. 173 с.
4. Кукушкина А.Т. Теоретическая грамматика немецкого языка. Морфология. Часть 3. Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 2004. 80 с.
5. Степанова М.Д. Теоретические основы словообразования в немецком языке. М.: Высшая школа, 1984. 264 с.
6. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: Niemeyer, 1992. 327 S.

7. Deutsches Universalwörterbuch. 6., überarbeitete u. erweiterte Auflage. Mannheim : Dudenverlag, 2007. 2016 S.

8. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch / neu herausgegeben von Dr. Renate Wahrig. München : Burfeind, 2002. 1451 S.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Spiegel [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.spiegel.de> 2015-2020
2. Zeit [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.zeit.de/index> 2015-2020
3. Heute [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <http://www.heute.de> 2015-2020
4. Stern [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs: <https://www.stern.de/> 2015-2020

Nikolaieva N. M. METHODS FOR THE FORMATION OF COLORONYMS WITH A COLOUR COMPONENT *BLAU* AND *GELB* IN A GERMAN LANGUAGE JOURNALISTIC TEXT

It is known that basic colours have prototypical meanings. Thus, there is a conceptual association between: the colour blue and the sky, yellow and the sun, green and “things growing out of the ground”, red and fire. The colours white and black can be referred to as different shades of light. Our interest lies in colour compounds with the mentioned colours or shades of light as latter part and with a describing first part of the compound in modern German language. Our aim is to study these prototypical meanings among the colour compounds blau and gelb.

This article discusses the derivational coloronymy in journalistic text of the German language. It can be noted that the productivity of compounding as a way of formation of new nominations is increasing, and is now compounding is the most productive method by which new names formed.

Compounds are formed of at least two stems, and can combine any parts of speech (noun + noun, adjective + adjective, verb stem + noun, etc.). There are generally two types of compounds that can be identified: the determinative compound and the copulative compound. The determinative compound is the most common one. It is made up of a semantic head, the right-hand component of the lexeme, which also determines the grammatical category and gender of the word. The meaning of this head is restricted by the qualifying element that precedes it. Less common is the copulative compound. This type of compound is characterized by a coordinate, rather than a subordinate, relationship between the components. The copulative compound always combines the same parts of speech (e.g. adjective + adjective, noun + noun). In this article compounds are formed on the model of “color adjective + noun”, although there are other “color adjective + verb”, “color adjective + adjective”.

Coloronym in the German linguistic culture have a constant set of portable values that describe a variety of objects. Almost all coloronymy are polysemy, so their value is specified, or in certain combinations of usual, or in the context. Due to the color component of the compound become figurative meaning. All compounds are formed by metaphorical or metonymic rethinking whose meaning does not always coincide with the lexical interpretations. All difficult words associated with a person, with the description of its external data or a characteristic of its activity. In German compounds with color component blau and gelb used most often with a negative value.

Key words: compounds, coloronymy, blau, gelb, meaning, German.

Олійник Л. В.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОПОНІМІВ ФЕДЕРАТИВНОЇ ЗЕМЛІ ШЛЕЗВІГ-ГОЛЬШТЕЙН

У статті проаналізовано принципи класифікації топографічного матеріалу та скласифіковано обрані для дослідження ойконіми згідно структурної (морфологічної) класифікації. З'ясовано, що жодна з наявних у мовознавстві класифікацій не є вичерпною, тому вибір найбільш вдалої залежить від мети та завдань дослідження. У результаті засвідчено переважну більшість серед ойконімів землі Шлезвіг-Гольштейна таких найменувань, що мають похідну та складну структури. Використання тієї чи тієї класифікації залежить від мети та завдань дослідження; а при використанні комплексної топонімічної класифікації важливо дотримуватися єдиних принципів групування топонімів.

Застосувавши такий метод лінгвістичних досліджень як словотворчий або структурно-граматичний аналіз топонімів та статистичний метод виявлено зокрема, що найчастіше вживаним у структурі складних ойконімів землі Шлезвіг-Гольштейн є вживання основного слова -dorf. Продуктивними можна вважати також вживання основного слова -stedt. Топонімів з найпоширенішим у Німеччині компонентом -feld у Шлезвіг-Гольштайн 28. Натомість найбільше топонімів було утворено з допомогою визначуваного слова – dorf: таких назв налічується 120. Більшість досліджених компонентів мають німецьке походження. Визначуване слово -by має данське походження. Суфікси -itz та -ow вказують на слов'янське походження топонімів. Всього у ході дослідження було скласифіковано 682 топоніми. З огляду на те, що історичний контекст відіграє вирішальну роль у визначенні походження географічних назв, було розглянуто історію земель, що входять до складу сучасної Шлезвіг-Гольштайн. На етапі підготовки до дослідження така інформація допомагає чіткіше окреслити завдання, що стоять перед вченими. Отримані в ході дослідження результати дають розуміння специфіки тенденції створення ойконімів, що є необхідним для подальших наукових розвідок.

Ключові слова: топонім, ойконім, класифікація, лексико-семантична характеристика, морфема.

Постановка проблеми. Важко уявити сучасний світ без географічних назв. Кожний топонім несе різноманітну інформацію: історичну, географічну, лінгвістичну, оскільки географічні назви – це свідчення історичних умов епох, коли вони з'являлися та розповсюджувалися в різних країнах. Географічні назви містять значний пласт інформації минулого. Ця тема є достатньо широкою і може досліджуватися спеціалістами в різних галузях знань. Передусім географічна назва стосується історії, свідчить про культурну чи релігійну спадщину міст, сіл та селищ. Цікаво спостерігати за зміною назв із зміною історичної формації. З точки зору географії, назви топонімів нерідко пов'язані з місцевістю, на якій вони розташовані, вказують на її особливості, які могли до нашого часу не зберегтися. Лінгвісти ж відстежують особливості розвитку мови, аналізують та порівнюють способи творення власних назв, вимову, правопис тощо. Специфіка топоніміки

і полягає в тому, щоб розглянути назву через призму історичного періоду, в якій вона виникла, та географію місцевості. Топоніміку тому й називають триєдиною наукою [1, с. 148]. Слід визнати, що лише за такого комплексного підходу, результати дослідження можна вважати повними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри дослідження топонімів протягом тривалого часу та наявності великої кількості праць, присвячених вивченню географічних найменувань, все ще існує велика кількість проблем, які ускладнюють тлумачення назв, спірних питань, пов'язаних з визначенням їх джерел, які потребують більшої уваги не тільки істориків, але й лінгвістів. Цілі плеяди як українських так і німецьких вчених-мовознавців присвятили свої наукові студії дослідженню топоніміки окремих регіонів своїх країн, серед яких варто згадати О. Потєбню, І. Срезневського, М. Максимовича, М. Сумцова, О. Соболевського, О. Саліщева, В. Стрижака, К. Цілуйка,

К. Галаса, Є. Черняхівську, Ю.Карпенка, І. Сухомлина, В. Фоменка, О. Волока, Крістіне Вульф (Christine Wulf), Якоба Гріма (Jacob Grimm), Ернста Форстемана (Ernst Förstemann).

Постановка завдання. Необхідність відстежити продуктивність морфем у топонімах землі Шлезвіг-Гольштайн, обумовлюють актуальність дослідження. Тому мета нашої розвідки полягає в здійсненні лексико-семантичного аналізу образних для дослідження топонімів згаданої території та визначенні найбільш продуктивних словотвірних моделей топонімів, а також особливостей їхньої семантики.

В ході проведення дослідження було використано такий метод лінгвістичних досліджень як *словотвірний* або *структурно-граматичний аналіз* топонімів, а за допомогою статистичного методу можна встановити кількісне співвідношення різноманітних моделей топонімів.

На початку нашої роботи виникла необхідність класифікувати матеріал дослідження. В процесі вирішення цього питання з'ясувалось, що питання класифікації топонімів доволі складне та досі залишається актуальним для лінгвістів. Про це свідчить той факт, що до сьогодення не створено універсальну класифікацію, яка б відповідала усім специфічним характеристикам географічних назв. Основною проблемою є багатоаспектність топонімів – нерозривний зв'язок його семантичної та структурно-граматичної сторін.

Виклад основного матеріалу. «Перші спроби класифікувати топоніми відбулися у другій чверті XIX століття. На той час у царині топоніміки сформувалися три основних принципи класифікації топонімичного матеріалу, що ґрунтувалися передусім на лінгвістичних засадах:

- 1) лексико-семантичний;
- 2) морфолого-словотвірний;
- 3) бінарний (лексико-семантичний і словотвірний) [7]».

Одним із перших авторів лексико-семантичної класифікації був П. Полянський, який виокремив 2 основні категорії топонімів:

- 1) назви, утворені від власних назв (найчастіше від імен людей, що керували поселенням);
- 2) назви, що відображають особливості ландшафту [7].

У сучасній лінгвістиці існує дві загальноприйнятні класифікації топонімів [7]:

- а) за типом позначуваних географічних об'єктів;
- б) за структурою.

Згідно з першою класифікацією виділяють такі види топонімів: гідроніми, ороніми, ойко-

німи, урбаноніми, макротопоніми, мікротопоніми і антропотопоніми.

Назви населених пунктів належать до групи ойконімів (від грец. Oikos – житло, житло). Варто зазначити, що часто назви географічних об'єктів утворюються від особистих імен. У цьому випадку вони називаються антропотопонімами (від грец. Antropos – людина). Наприклад, назви міст *Leverkusen, Arnach, Friedrichstadt*. Однак варто додати, що у німецькій мові такий тип топонімів зустрічається рідше, ніж в українській (*Івано-Франківськ, Миколаїв, Кропивницький*).

Відповідно до структурної (морфологічної) класифікації топоніми діляться на 4 типи: а) прості, б) похідні, в) складні, г) складені.

Кількість простих топонімів значно поступається кількості складних і складених, а їх етимологізація багато в чому ускладнена, тому що багато назв перейшли з інших мов і сприймаються як чиста основа. Прості непохідні назви складаються тільки з кореневого слова без будь-яких службових формантів: *Rosa, Schülpl, Huy*.

Більш поширені похідні топоніми. Вони утворюються за допомогою приєднання до кореня морфологічної ознаки-афікса: *Fladungen, Berching*.

До третього типу належать складні топоніми. Вони складаються з двох морфем, які виступають в якості основи топоніма: *Griefswald, Salzgitter, Wesendorf*.

Четвертий тип – це складені топоніми-словосполучення, що складаються з двох і більше слів: *Neustadt am Rübenberge, Schwäbisch Hall*.

Відповідно до наведених класифікацій, будь-який топонім можна охарактеризувати за типом позначуваного об'єкта і з точки зору морфологічної структури. Однак встановити точне значення топоніма не завжди можливо.

Тлумачення топонімів може ускладнюватися з таких причин: втрата мотивації значення, багатозначність елементів топоніма, хибна аналогія тощо.

Отже, проаналізувавши різноманітні схеми і класифікації в царині топоніміки, ми погоджуємось з Титаренко А.А., що:

- «1) використання тієї чи тієї класифікації залежить від мети та завдань дослідження;
- 2) при створенні кількох або однієї комплексної топонімичної класифікації важливо дотримуватися єдиних принципів групування топонімів тощо [3]».

«Найстаріші міста часто мають простіші назви, як-от: Майнц або Трір, але більшість топонімів складається з двох частин: основного

слова (Grundwort) вкінці та визначального слова (Bestimmungswort) на початку [9]». Визначальне слово не слід плутати з закінчення чи суфіксом. Основні слова вказують на причину присвоєння назви населеному пункту, наприклад наявність будівель (- hausen, - kirchen) або географічні особливості (- berg, - wald). На відміну від визначальних слів, суфікси не мають зрозумілого самостійного значення. Визначальне слово може навіть поєднуватися з іншим визначальним словом та утворювати нові власні назви.

Визначальні слова вказують на певні географічні (Berg-, Tal-, Wasser-) або геологічні (Erz-, Hal-, Stein-) умови, належність до природного середовища (Hirsch, Hase-, Vogel-, Eich-, Buch-) або групи людей (Frank-, Sachsen-, Schiffer-, Graf-) чи посилаються на будівлі (Burg-, Kirch-, Mühl-).

Основні слова топонімів можуть вказувати на певні епохи. Тобто міста, що закінчуються на -stedt були засновані в інший час ніж міста з -bach у назві. Місця з -koog або -moog з'явилися відносно недавно [9].

Давні назви місцевостей у Німеччині мають римське і кельтське походження. На це вказує, наприклад, закінчення - mar. До IV ст. нашої ери, родючі райони заселяються і отримують назви із закінченнями - ingen, - stedt та - heim. У період з VI до VIII ст. нові поселення отримали компоненти - hausen і - dorf. У VIII ст. почався період вирубки лісів, з'явилися місця для нових поселень. Коли люди почали селитися у середньовисотних горах, утворилися топоніми з морфемами - born і - bach, оскільки спочатку мешканці жили в долинах. Наприклад, Quickborn. У X ст. нашої ери відбулась друга хвиля вирубування лісів. Села, названі після процесу очищення, отримали назви на - rode (Wernigerode), - reut та - brand. Після цього багато поселень занепало, натомість нові майже не з'являлися. Той період отримав назву пустки (Wüstungsperiode) [9].

Приблизно з VIII ст. поселення перестали називати на честь людей, натомість орієнтувалися на природні умови, характерні для місця. Найуживанішим був компонент - bach. На топоніми з таким закінченням можна натрапити на всьому низькогірному хребті. У північнонімецькій низовині майже повністю відсутнє розуміння слова - bach. Тут воно було замінено середньонімецьким - beck, у Шлезвіг-Гольштайн - bek. Отже, такі закінчення свідчать про те, що поселення розташовувалося в долині [9].

Проаналізувавши топоніми Шлезвіг-Гольштейна, обрані і якості матеріалу дослідження,

було виділено найчисельніші групи, утворені за однією словотвірною моделлю:

- **bek:** *Ammersbek, Halstenbek, Reinbek, Schwarzenbek, Oststeinbek, Wasbek, Alt Bennebek, Arkebek, Barsbek, Bredenbek, Brunsbek, Eggebek, Ellerbek, Fitzbek, Flintbek, Fockbek, Goldebek, Gönnebek, Grambek, Halstenbek, Hardebek, Hollenbek, Hornbek* та ін.

Це твердження не слід сприймати як аксіому, адже існують топоніми, що походять не з германських мов. У них - beck не основне слово, яке вказує на особливості місцевості. Для того, щоб дослідження можна було вважати якісним, слід перевірити інформацію про походження кожного з топонімів, яка була опублікована раніше. Прикладом топоніма, що закінчується на - **beck**, але не вказує на рельєф, є назва міста *Lübeck*. У наукових колах довго велися суперечки щодо мови походження і значення слова.

По-перше, якщо *Lübeck* має слов'янське походження, то сьогодення його форма є видозміненим варіантом, інтегрованим у німецьку мову. Складно визначити основну, первісну форму. Вчені визначили 2 вірогідні гіпотези:

Походження від польського імені L'ubky чи L'ubiky.

Також назва може походити від праслов'янського l'jub – приємний, любий. Тобто приємне, прекрасне місце.

Назви з - **born** у постпозиції походять з середніх віків і так само, як - **bach** і - **feld** пов'язані з природними умовами. Топоніми з такою морфемою трапляються зрідка на півночі, відсутні на півдні Німеччини, натомість сконцентровані у районі Середньонімецької височини. Це пов'язано з тим, що на півдні закріпилися інші форми: - **bronn**, та - **brunn** [8].

- **born:** *Quickborn, Schrevenborn, Wittenborn, Stukenborn, Wittenborn.*

Одним з найпоширеніших визначуваних слів у Німеччині є - **feld** (- **felde**). Такі назви почали з'являтися ще з часів вирубування лісів, використовувалися протягом довгого часу потому і поширилися Німеччиною. Значення збагнути нескладно: йдеться про безлісу місцевість, придатну для землеробства [8]. Визначуване слово вказує на географічне розташування або властивості ґрунту.

- **feld:** *Ahlefeld-Bistensee, Ahrenviölfeld, Bargfeld-Stegen, Bendfeld, Breitenfelde, Goosefeld, Groß Kummerfeld, Hadenfeld, Hoffeld, Hummelfeld, Kummerfeld, Neufeld* та ін.

Топоніми, що закінчуються на - **büttel**, походять з нижньонімецької або північно-

германської мови і мають значення «будинок і ферма» або «територія розселення». Топоніми з – **büttel** поширені виключно на північному заході Німеччини.

- **büttel**: *Aasbüttel, Barsbüttel, Bönebüttel, Brunsbüttel, Büttel, Elpersbüttel, Koldenbüttel, Nienbüttel, Oeschebüttel, Offenbüttel, Oldenbüttel, Ottenbüttel, Reinsbüttel, Sarzbüttel, Tensbüttel-Röst, Todenbüttel, Tremsbüttel, Welmbüttel, Wennbüttel.*

Слово - **bur** походить з давньверхньонімецької мови і означає «маленький будинок» або «житло». Цю складову мають, наприклад, слова *der Nachbar* (сусід), *das Vogelbauer* (пташина клітка). Вона використовується у топонімах, утворених за часів правління династії Меровінгів (V – сер. VIII ст.). У деяких топонімах зберігся донині (передусім у Східній Фризії). У Вестфалії трапляються топоніми з похідним від нього – *büren*, у Швабії – *beuren*, у Верхній Баварії – *beuern*, а основне слово – **berg** з часом поширилося всією територією Німеччини [8].

- **berg**: *Ascheberg, Bad Segeberg, Breitenberg, Groß Schenkenberg, Hasselberg, Klein Wesenberg, Mönkeberg, Oersberg, Pinneberg, Poyenberg, Ringsberg, Schönberg, Simonsberg, Steinberg, Stoltenberg, Wesenberg, Windbergen, Wittenbergen.*

Данськомовне наслення у південному Шлезвігу, що складає меншість сьогодні, залишило слід в історії німецької топоніміки. На території Шлезвіг-Гольштайну часто можна натрапити на назви з суфіксом - *by*, подібні до тих, що поширені в Скандинавії. Вони подібно до - *bur* означають «двір (господарство)» або «село».

- **by**: *Ahneby, Barkelsby, Brodersby, Fleckeby, Gammelby, Grödersby, Husby, Janneby, Karby, Medelby, Osterby, Pommerby, Rieseby, Schaalby, Schuby, Thumby, Uelsby, Windeby, Weesby.*

- **büll**: *Bosbüll, Dagebüll, Emmelsbüll-Horsbüll, Galmsbüll, Klanxbüll, Klixbüll, Kotzenbüll, Maasbüll, Niebüll, Poppenbüll, Sönnbüll, Sprakebüll, Stoltebüll, Tetenbüll, Uelvesbüll, Wallsbüll, Wobbenbüll.*

- **deich**: – дамба, земляний вал вздовж річки або набережної для захисту низинної місцевості від затоплення.

- **deich**: *Marnerdeich, Neuendeich, Norddeich, Süderdeich.*

Найпоширенішою морфемою з часів Середньовіччя вважається - **dorf** (у північно-західній Німеччині також – **trup**). Топоніми цього типу з'являються ще в часи ранніх поселень (V-VI ст.) спочатку на територіях сучасного муніципалітету Райн-Мозель (*Rhein-Mosel*). Потім вони стрімко

поширилися Німеччиною. Як і в більшості ранніх поселень, визначальне слово – ім'я людини або роду [8].

- **dorf**: *Bösdorf, Büdelsdorf, Großhansdorf, Stockelsdorf, Albersdorf, Almdorf, Arpsdorf, Badendorf, Behlendorf, Behrendorf, Bekdorf, Beldorf, Bendorf, Beschendorf, Besdorf, Blekendorf, Borgdorf-Seedorf, Bösdorf, Brekendorf, Brodersdorf, Brokdorf, Büdelsdorf ma in.*

- **hag** має значення: «захист» і «корінь». Навіть сьогодні термін «Hag» використовується в швейцарській німецькій і південно-західній німецькій для позначення огороження ділянки або пасовища. Виокремлюють 2 відтінки значення:

1) огорожі ділянки зарубками, де використовувалися тернисті чагарники, такі як глід, шипшина тощо;

2) огороження ділянки молодим лісом, жердинами як огорожею: У пізньому середньовіччі навколо садиби створювали низький курган, який часто з'єднувався вербовою лозою для захисту поголів'я від зловмисників у Фрісландії [8].

- **hag(en)**: *Dänischenhagen, Fuhlenhagen, Hagen, Kronshagen, Kröppelshagen-Fahrendorf, Lammershagen, Manhagen, Mönkhagen, Probsteierhagen, Rondeshagen, Schashagen.*

- **horst** походить з середньверхньонімецької мови і має значення «чагарник».

- **horst**: *Agethorst, Basthorst, Bokhorst, Buchhorst, Elmenhorst, Feldhorst, Horst, Kabelhorst, Rehhorst, Schiphorst, Schönhorst, Steinhorst, Travenhorst.*

Основне слово - **koog** вказує на те, що населений пункт розміщується на штучно осушеній території. Меліорація характерна для узбережжя прибережних районів Німеччини, Данії, Нідерландів і Бельгії. Шляхом будівництва дамб і дренажу здобували додаткову площу болотистих ґрунтів.

- **koog**: *Augustenkoog, Elisabeth-Sophien-Koog, Friedrichsgabekoog, Friedrichskoog, Friedrich-Wilhelm-Lübke-Koog, Grothusenkoog, Hedwigenkoog, Kaiser-Wilhelm-Koog, Karolinenkoog, Kronprinzenkoog, Neufelderkoog, Norderfriedrichskoog, Tümlauer-Koog, Wesselburenerkoog.*

До XV-XVI ст. болота займали величезну площу на Північнонімецькій низовині. З XVI ст. почалося осушення боліт і освоєння цілини. Виникали нові назви на - **moor**. З таким компонентом виявлено 12 назв: *Altenmoor, Hammoor, Hasenmoor, Haßmoor, Heidmoor, Kollmoor, Krempermoor, Kronsmoor, Prinzenmoor, Vaalermoor, Westermoor, Wulfsmoor.*

Компонент - **rode** вказує на зв'язок з корчунням дерев (*Rodung*). Такі топоніми обрані для місць, створених на очищеній місцевості. Тісно пов'язані з суфіксами - **roda**, - **rade**.

- **rade**: *Borstel-Hohenraden, Großenrade, Klinkrade, Lebrade, Lehmrade, Martensrade, Mühlenrade, Odderade, Osterrade, Rade, Sierksrade, Westerrade*.

У топонімах – **rup** означає «село» так само, як - **dorf**, - **torf**: *Achtrup, Braderup, Dollerup, Hörup, Humptrup, Hürup, Munkbrarup, Norderbrarup, Olderup*.

Компоненти - **stadt** (-**statt**, -**städt**, -**stedt**) набули поширення у XX ст., хоч існують з XII. У XX це закінчення вказувало на те, що місто має право вільної торгівлі і самоврядування [8].

- **stadt**: *Friedrichstadt, Glückstadt, Neustadt*.

- **stedt**: *Alt Duvenstedt, Armstedt, Bad Bramstedt, Bargaenstedt, Bargstedt, Barmstedt, Beringstedt, Bohmstedt, Bollingstedt, Bönningstedt, Boostedt, Borgstedt, Bredstedt, Brokstedt, Dellstedt, Diekhusen-Fahrstedt, Dörpstedt, Eggstedt, Ellingstedt, Frestedt, Groß Vollstedt, Hattstedt, Hemmingstedt, Henstedt-Ulzburg та ін.*

- **trup** походить від – **dorf** і має відповідне значення, але топонімів з таким закінченням на території Шлезвіг-Гольштайн значно менше.

- **trup**: *Achtrup, Humptrup, Saustrup, Tastrup*.

Компонент - **au** у назвах німецького походження може мати три різні значення:

1) У сьогоdnішньому розумінні – «мокрі низовини»;

2) «джерело», «потік» і топоніми, що від них походять, розташовані у Нижній Саксонії та Шлезвіг-Гольштейн;

3) латинське *aqua* – вода і вказувати на річкові острови. Наприклад, на берегах Рейну у верхньонімецькому мовному просторі.

- **au**: *Bad Schwartau, Bosau, Bovenau, Dannau, Dersau, Ellerau, Fargau-Pratjau, Giekau, Glasau, Grabau, Grinau, Großbarkau, Groß Grönaу, Groß Patrau, Groß Rönnaу*.

- **ing** суфікс, що походить зі старонімецької мови і означає належність до попередньої частини слова, яка зазвичай є особистим ім'ям. Таким чином, суфікс несе значення «люди, дитина (діти),

нащадки, того, чие ім'я є першим компонентом слова». Цей суфікс може додаватися до імен та до прізвищ. Крім того, вказувати на географічне розташування [8].

Основними варіантами є - **ang(en)**, - **engo**, - **in(c)k**, - **ing(en/er)**, - **ongen**, - **ung(e/en)** [8].

- **ing**: *Dägeling, Dörpling, Garding, Gelting, Glüsing, Oering, Rickling, Sankt Peter-Ording, Schlichting, Schwesing, Tating, Tönning*.

-**ingen**: *Rellingen, Dingen, Fedderingen, Hemdingen, Hetlingen*.

- **itz** має слов'янське походження.

- **itz**: *Barnitz, Göldenitz, Grömitz, Kittlitz, Neritz, Pölitz, Römnitz*.

Суфікс - **ow**: також характерний для топонімів переважно слов'янського походження, які зустрічаються в північно-східній Німеччині [8]. Географічні назви на - **ow** та - **ov** трапляються також в Україні [8] і Польщі, а також у Чехії, Словаччині, Болгарії, Македонії, Сербії.

- **ow**: *Basedow, Gudow, Gülzow, Kollow, Krukow, Lüchow, Mechow*.

Суфікси - **em**, - **en**, - **um**, - **om** похідні від - **heim**. Першочергово вони вказували на проживання або інший зв'язок людини з місцем. У ході історії - **heim** видозмінювався настільки, що для того, аби визначити роль цього компонента у слові, необхідно звертатися до документальних джерел. Інакше пояснити: маємо справу з визначуванним словом чи з суфіксом складно [8].

- **um**: *Alkersum, Bargum, Bondelum, Bordelum, Borgsum, Breklum, Büsum, Dunsum, Hörnum, Husum, Karlum, Midlum, Nieblum, Norddorf auf Amrum, Oevenum, Oldsum*.

- **en**: *Barmissen, Bilsen, Bimöhlen, Bönhusen, Boren, Börnsen, Dätgen, Dingen, Embühren, Fitzen, Friedrichsgraben, Groven, Hetlingen, Hillgroven, Hütten, Kampen*.

Висновки і пропозиції. Отже, проведений словотвірний та семантичний аналіз уможливив з'ясування лексико-семантичної характеристики ойконімів федеративної землі Шлезвіг-Гольштейн, що, в свою чергу, стане підґрунтям для подальшого дослідження специфіки ойконімів в порівняльному аспекті.

Список літератури:

1. Вербич С. Як пояснювати походження власних географічних назв. *Культура слова*. 2013. № 78. С. 148–154.
2. Лабінська Г. Топоніміка: навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 274 с.
3. Титаренко А. А. Принципи класифікації топонімів. Reports of conference “Modern problems of education and science”. Budapest, 26–27 January 2013. URL: <http://scaspee.com/all-materials/tytarenko-aa-principles-of-classification-of-toponyms> (дата звернення: 30.10.2022).

4. Подольская Н. В. О развитии отечественной топонимической терминологии. *Развитие методов топонимических исследований*: сб. статей / отв. ред. Поспелов Е.М. М. : Наука, 1970. С. 46–53.
5. Суперанская А. В. Имя через века и страны. М. : URSS, 2021. 192 с.
6. Суперанская А. В., Сталтмане В. Э., Подольская Н. В., Султанов А. Х. Теория и методика ономастических исследований. М. : ЛКИ, 2007. 256 с.
7. Методы топонимических исследований : сборник научных трудов под ред. А. К. Матвеева. Свердловск : УрГУ, 1983. 136 с.
8. Bily I. Geographische Namen und ihre Bildung. URL: http://landschaften-in-deutschland.de/themen/78_B_158-diebedeutung-der-namen/ (дата звернення: 30.10.2022).
9. Über die Herkunft deutscher Städtenamen. URL: <https://www.ristani.eu/ueber-die-herkunft-deutscher-staedtenamen/> (дата звернення: 30.10.2022).
10. Schleswig-Holstein question. URL: <https://www.britannica.com/event/Schleswig-Holstein-question> (дата звернення: 30.10.2022).

Oliinyk L. V. STRUCTURAL-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF TOPONYMS OF THE FEDERAL LAND SCHLESWIG-HOLSTEIN

The article analyzes the principles of classification of topographic material and classifies the oikonyms selected for research according to structural (morphological) classification. It has been found that none of the existing classifications in linguistics is exhaustive, so the choice of the most successful one depends on the purpose and tasks of the research. As a result, the vast majority of such names with derived and complex structures among the oikonyms of Schleswig-Holstein have been proven. The use of one or another classification depends on the purpose and tasks of the research; and when using a complex toponymic classification, it is important to adhere to the uniform principles of grouping toponyms.

Applying such a method of linguistic research as a word-formative or structural-grammatical analysis of toponyms and a statistical method, it was found, in particular, that the most often used in the structure of complex oikonyms of Schleswig-Holstein is the use of the main word -dorf. The use of the root word -stedt can also be considered productive. There are 28 toponyms with the component -feld, the most common in Germany, in Schleswig-Holstein. Instead, the largest number of toponyms were formed with the defining word -dorf: there are 120 such names. Most of the studied components are of German origin. The defined word -by is of Danish origin. The suffixes -itz and -ow indicate the Slavic origin of toponyms. A total of 682 toponyms were classified during the study. Given that the historical context plays a decisive role in determining the origin of geographical names, the history of the lands that make up modern Schleswig-Holstein was considered. At the stage of preparation for research, such information helps to more clearly outline the tasks facing scientists. The results obtained during the research provide an understanding of the specifics of the tendency to create oikonyms, which is necessary for further scientific research.

Key words: *toponym, oikonym, classification, lexical-semantic characteristic, morpheme.*

Ольховська Н. С.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Міхійченко Н. А.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОР
АГРАРНОГО НІМЕЦЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ**

У статті досліджено поняття, сутність та ознаки метафор у німецькомовному аграрному дискурсі. Додаткову увагу приділено вивченню метафор з точки зору семантичного, прагматичного та семіотичного підходу. У контексті проведеного дослідження пропонується розглядати метафори як специфічні висловлювання про об'єктивні властивості, у яких звертається увага на певні подібності, що поєднуються з уже визначеними словами у перекладно-осмисленому значенні. Саме метафоричні прийоми відіграють роль прямого засобу прямої номінації, створюючи умови для предикації нових, раніше нехарактерних для предметів ознак, що позитивно впливає на швидке освоєння нового змісту всередині тексту.

Запропонована класифікація метафоричних зворотів у німецькомовних аграрних текстах дозволяє визначити статус метафоричного епітета та виділити його відмінні риси: узуальні та асоціативні епітети (постійні, описово-оцінні); оказіонально-асоціативні епітети: поле подібності (порівняльний, метафоричний, літотичний/гіперболічний; поле суміжності (метонімічний, перифрастичний); поле протилежностей (іронічний, оксиморонний).

Основними функціями метафор визнаються евристична та когнітивна, оскільки саме з їх допомогою можна концептуалізувати нові об'єкти дослідження, використовуючи знання про інші форми об'єктів.

Виявлено, що створення мовної метафори пов'язане зі спеціальним оперуванням людини концептуальною системою, результатом якого є нове знання. Функції, що відображають спосіб фіксації метафори в мові узуального типу пізнання як засобу об'єктивації знання, наступні: економія мовних засобів, експлікація якостей, номінація, концептуалізація. Таким чином, поступово зростає роль мовної метафори як засобу вираження результатів пізнання в процесі його розвитку.

Проаналізувавши основні сучасні епістемологічні концепції метафори, ми дійшли висновку, що відсутність підходу, який став би основою єдиної цілісної концепції, пояснюється прагненням дослідників охопити всі фактори, які впливають на інтерпретацію метафоричних висловлювань, що відкриває все нові й нові обставини та перспективи дослідження, які раніше не враховувалися. Неможливість пояснити сутність метафори в рамках однієї теорії пояснюється лише тим, що вона є і семіотичним, і концептуальним, і контекстуальним утворенням, тобто багатоаспектністю її ролі в пізнанні.

Ключові слова: німецькомовний дискурс, метафори, структурно-семантичні характеристики, аграрні тексти, лексема.

Постановка проблеми. На протязі останніх років спостерігається підвищення зацікавленості науковців до окремих галузей та сфер наукового пізнання, проблематики термінологічних систем, у тому числі й аграрної галузі, що обґрунтовано зростанням обсягів інформації наукового і технічного спрямування, а також інтеграційними процесами між різними науковими сферами. При цьому, важливу роль відіграє процес термінотворення саме у наукових текстах, до категорії яких належить і аграрна тематика.

Вивчення термінологічних категорій аграрної тематики виступає в якості важливої сфери мовознавства. Особливості мовлення аграрної тематики спрямовані на забезпечення високої ефективності професійної комунікації, використовуються у дослідженнях, наукових публікаціях, текстах, одночасно виступаючи в якості основної характеристики таких текстів. Для літератури аграрної тематики є характерним існування великої кількості термінів та спеціальних лексичних одиниць, а також структурно-семантичної побудови,

за допомогою чого відображається специфіка понять досліджуваної сфери професійної діяльності.

Метафори в аграрному німецькомовному дискурсі характеризуються полі кодовою структурою, що зумовлює поєднання етнопрагматичного та дискурсивного підходів до дослідження німецькомовного аграрного дискурсу, а також важливість у загальній системі інформаційного обміну в суспільстві. Саме це й обумовлює актуальність більш ґрунтовного вивчення даного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості метафор в німецькомовному аграрному дискурсі викладено у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких можливо виділити праці наступних: Н. Арістової, Ф. Бацевич, Т. Білозерської, С. Блавацького, О. Кучерової, Е. Ільїнової, В. Карабана, О. Кирпиченка, Б. Клименка, В. Комісарова та інших, у зв'язку із чим висловлювалися різні точки зору. При цьому, до цього часу в науковій літературі не представлено окремого ґрунтовного дослідження метафор в аграрному німецькомовному дискурсі, зокрема через призму структурно-семантичного аналізу.

Формулювання цілей статті. Спираючись на доступні джерела, дослідити ключові аспекти дослідження метафор в аграрному німецькомовному дискурсі як об'єкта структурно-семантичного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Метафори є специфічним твердженням стосовно об'єктивних властивостей, приймаючи до уваги певні подібності, що поєднуються із вже визначеними у переосмисленому сенсі слова. У цьому зв'язку прийнято стверджувати, що метаформ достатньо активно використовуються у процесі кваліфікаційно-оціночної свідомої діяльності. Метафорична техніка є безпосереднім засобом прямої номінації, створюючи умови для предикації об'єктам нових, раніше не властивих для них ознак, що позитивно впливає на стрімкий розвиток нового змісту в межах тексту [4, с. 40].

У відповідності до позиції А.Н. Мороховського, метафора являє собою вторинний елемент, що ґрунтується на подібності, спільних характеристиках (уявних чи реальних) об'єкта дослідження з тим предметом, назву якого прийнято переносити на інші об'єкти номінації [1]. У свою чергу, Н.Д. Арутюнова розглядає метафору в якості одного із способів для визначення індивідуальних характеристик конкретних предметів чи явищ, передачі їх неповторності, індивідуалізації

предметів, відносячи його до тих категорій, до яких він зазвичай не належить [2].

У більшості робіт, незважаючи на широке коло порушених проблем, лінгвістичний аспект є все ж таки домінуючим. Головною метою було виявлення природи метафори, побудова типології тощо. Дослідження велися за трьома основними напрямками:

1) семантичний (Блек, Річарді, Ротбарт та ін). Цей напрямок приділяв увагу критеріям виділення метафори, механізму її використання в мові, питанню пізнавального статусу метафори, але головною метою був опис механізму дії метафори, а також зміна значень, наукових термінів і т.д.

2) прагматичний напрям (Коен, Маргліт, Шиблз, Лакофф і Джонсон) бачив своє головне завдання у виявленні головних законів розвитку людського мислення через аналіз мовних структур. На думку Лакоффа та Джонсона метафоричний метод концептуалізації відіграє основну роль. Концептуальні перенесення між певними підструктурами формують загальну понятійну систему людини.

3) семіотичний підхід (Хенле), який трактував метафору як символ деякого буквального значення чи іконічне позначення [11].

Особливий інтерес представляє для нас метафоричний процес створення нового поняття. Коли вчений відкриває до тих пір невідоме явище, тобто коли він створює нове поняття, він повинен його назвати. Оскільки абсолютно нове слово нічого не говорило б носіям мови, він вимушений скористатись існуючим лексиконом, в якому за кожним словом вже закріплено значення. Щоб його зрозуміли, вчений обирає таке слово, значення якого здатне навести на нове поняття. Термін набуває нового значення через посередництво та за допомогою старого, яке за ним зберігається, наприклад, *zunge* (сниця; один із декількох брусків, що використовується в якості опори та між якими вставляється дишло; за своїм зовнішнім виглядом є подібним до язика), *schuh* (башмак, тобто спеціальний пристрій, що використовується в якості опори), *läufer* (повзучий пагонець), *besken* (здавленість на верхівці плоду) тощо [6, с. 69].

Фактично метаформа виступає в якості одного із основоположних аспектів та способів формування змісту на будь-якому рівні мовних структур. При цьому, особлива активність даної форми створення нового змісту на основі вже існуючих знаходить свій прояв у збільшенні лексичного словника не лише на побутовому, але й на науково-категоріальному рівні. Саме остання категорія

метафор заслугує на увагу в контексті нашого дослідження [4, с. 40].

У науковій літературі пропонують виокремлювати чотири форми метафор, які відрізняються за своїми стилістичними ефектами, проте можуть використовуватися у німецькомовному аграрному дискурсі. Такими формами метафор є наступні:

1. Спосіб лексичної метафоризації, за допомогою якого здійснюється ідентифікація та присвоєння нових імен категоріям предметів. В даному випадку метафора виступає в якості виключно технічного прийому вилучення нових імен із застарілого лексичного запасу. Наприклад, *zahn* (зуб чи занадто гострий виступ на інструменті, знаряддях чи частинах машин), *knie* (косинець, складовий елемент будь-яких пристроїв у сільськогосподарській техніці або знарядді), *gabel* (вилка, тобто деталь сільськогосподарської техніки, за допомогою якої дії передаються на інші деталі); *bein* (стояк, деталь машини, призначена для кріплення інших механізмів).

Достатньо поширеними є метафоричні зв'язки, що пов'язані з тілом людини, тваринами тощо. Наприклад, *gaure* (гусениця, складовий елемент ходової частини самохідних машин); *sägehund* (підпора пили); *wurm* (шнек).

Формування номінативних метаформ має місце у випадку наявності семантично автономних лексичних одиниць, що організовується за таксономічним принципом, переважно будучи одночленною. При цьому, в межах конкретної лексики прослідковується ціла низка чинників, що здійснює послаблюючий вплив на взаємозалежність між іменами. Таким взаємозв'язок між частиною та цілим сприяє регулярному отриманню частинами предметів метафоричних найменувань. Для позначення частини предмета, метафоричне найменування автоматично має бути включено до складу словосполучення, за допомогою яких пояснюється їх предметна належність. Наприклад, *eggenzahn* (зуб борони); *hebelgabel* (важільна вилка); *pflugkörperbein* (стояк корпусу плугу); *kniestück* (косинець-причіп).

«Ідентифікуюча» метафора є ресурсом номінації, а не нюансування змісту. Метафора, що використовується в номінативних цілях, породжує омонімію. Такого роду перенос зазвичай спирається на схожість предметів за певною зовнішньою очевидною ознакою. Метафора цього типу наочна. Вона апелює не до інтуїції, а до зору. Виконавши свою номінативну функцію, метафора зникає. Проте це не спонукає мовця вдаватися до нової, свіжої метафори. Так само як людині

у стандартній ситуації не потрібно декілька імен, класу предметів вистачить і однієї назви [8].

2. Використання метафор в ознаковій або предикативній лексиці сприяє досягненню ефекту привласнення обзнак іншого об'єкта. Наприклад, *trockene kuh* (недойна корова); *lebendgewicht* (жива вага); *live-zaun* (живопліт); *scharfe luft* (морозне повітря); *abgenutzter boden* (виснажений ґрунт); *jungfräulicher boden* (цілина, необроблена земля); *wirkstoff* (активна речовина); *weiches wasser* (м'яка вода); *geschlossene gemeinschaft* (закрите (рослинне) товариство); *blinde knospe* (непроросла брунька). предикатна метафора спрямована зрештою на досягнення гносеологічних цілей. Зі способу творення образу метафора перетворюється у спосіб формування недостаючи мові значень. Аналогія в ознаках різних категорій об'єктів, що лежить в основі метафори, являється знаряддям не лише найменування, але і самого його виділення, пізнання [8].

3. Найбільш стилістично значимою формою метафори є образна, що формується під впливом метафоричного забарвлення ідентифікаційного найменування до позицій предиката віднесеного до інших, вже названих предметів чи груп. У даному випадку метафора відіграє роль ресурсу, який використовується у процесі пошуку образів, засобів індивідуалізації чи оцінки предметів, змістовних аспектів. Наприклад, «Organisches Material wurde einst als der wesentliche Bodenbestandteil gepriesen, der leuchtende besondere Stern am Firmament der Pflanzenzüchter» («Був період, коли гумус підносили як невід'ємний складовий елемент ґрунту, яскраву виняткову зірку на небозводі фермера» – переклад автора).

У широкому сенсі термін «образ» означає відображення у свідомості зовнішнього світу, це унікальне бачення автора та унікальне зображення картини світу. Створення яркого образу засноване на використанні схожості між двома далекими один від одного предметами, практично на своєрідному контрасті. Таким чином, образна метафора дає конденсовану характеристику конкретного предмету, часто претендуючи на проникнення в його суть, на розкриття його індивідуальності [8]. Образні метафоричні терміни наявні і в аграрному дискурсі. Наприклад, *zwergenkultur* (карликова культура); *waldteufel* (викорчовувач); *cowboy-okonomie* («ковбойська економіка») тощо.

4. Процес метафоризації предикатних лексичних зворотів, що супроводжується ідентифікаційними ознаками, є несприятливим явищем

для метафор. Так, різноманітним товарам, які підлягають подальшому продажу, дають індивідуальні найменування. У контексті даної форми прийнято виокремлювати прості та складні метафори. У першому випадку мова йде на їх побудові на базі актуалізацій однієї чи декількох характеристик, які є притаманними для обох елементів метафори. При цьому, для аграрного дискурсу не є занадто характерними розгорнуті метафори, переважно зустрічаючись у публіцистиці. Наприклад, «Obwohl organische Substanz einst als der wesentliche Bodenbestandteil, der helle besondere Stern am Firmament der Pflanzenzüchter, gepriesen wurde, fiel sie wie Luzifer unter die Last «moderner» landwirtschaftlicher Ideen» («І хоча були часи, коли гумус звеличували як невід'ємну складову ґрунту, яскраву виняткову зірку на небозводі фермера, він впав наче Люцифер під вагою «сучасних» сільськогосподарських ідей» – переклад автора) [8].

Метафора є сильним типом лінгвокреативності, оскільки вона здатна трансформувати систему значень у мові і тим самим сприяти його постійній творчій еволюції. Вже сама предикативна ідентифікація, що полягає у презентації фактів однієї категорії в термінах іншої, має явно виражений інновативний характер. У цьому семантичній інновації важливу роль грає уяву, властиве лише людині. Семантика метафори, зазначає П. Рікер, має бути необхідним чином доповнена психологією уяви, яка зводить мости між гетерогенними концептами, діючи інноваційно та креативно одночасно [10].

У нашому світі, що динамічно розвивається, існує постійна потреба в лінгвістичних інноваціях. Метафора над останню задовольняє цю потребу. Маючи унікальну силу, що дозволяє використовувати обмежені мовні ресурси в необмеженій безлічі ситуацій, вона є по суті складовою креативного процесу, властивого так чи інакше всім видам та рівням комунікації.

Майже завжди чи принаймні часто метафора є своєрідним новаторським внеском у дискурс. Вона не просто, як вважали раніше, риторичний прийом, що дозволяє зробити промову яскравішою і яскравішою, але найчастіше необхідний засіб для комунікації нових ідей. За допомогою метафори креативний розум сприймає навколишню реальність. Метафора здатна виявити потаємні, неочевидні зв'язки чи відкрити таку перспективу, з якою ми можемо по-іншому поглянути світ на себе. Навіть застигли метафори, які давно перейшли в розряд прямих найменувань, можуть бути в принципі «продовжені» (тер-

мін І. Р. Гальперіна) та інтегровані в нові контексти, де вони знову звучать оригінально та незвично [3, с. 92–94].

Будь-яка спроба жорсткого розмежування неметафоричного і метафоричного в мові приречена на невдачу: те й інше є нероздільним і є частиною загальномовного континууму. Величезна кількість буквальних слів та виразів були в минулому метафорами, образність яких з часом померкла. Наприклад, Kopf, Wand, Einsuß, Text, Motiv, Symptom, radikal, expressiv, begreifen, fadenscheinig та багато інших. Метафорика у різних її проявах – це якийсь мікроуніверсум, укладений у макроуніверсум мови. Метафора дозволяє словам вільно рухатися неосяжним простором мови, креативність якого в цілому не в останню чергу зрозуміла саме його метафоричністю.

Особливо слід зупинитися на лінгвографічній концепції метафори, що висувається в реферованому дослідженні як авторської гіпотези і дозволяє поглянути на суть проблеми, що цікавить нас, з дещо іншої точки зору. Свого часу голографія як концепція та метод аналізу стала фундаментальною науковою інновацією, що ознаменувала певну, причому важливу, зміну парадигм у фізиці. У цьому випадку нас цікавить не оптична, а перш за все семантична голографія як унікальний спосіб запису, збереження та зчитування інформації, хоча функціональний механізм у цьому випадку приблизно однаковий.

Виходячи з цього, топографічна структура лексеми (в даному випадку метафори) являє собою фокус, на який спрямована наша свідомість, вона розшифровує, тобто зчитує дану голограму на цілком певному тлі, який у фізиці позначається як резонансне середовище, а в нашому разі фігурує як семантичне оточення, або контекст.

Зчитувана суб'єктом графічна інформація перетворюється миттєво на семантичну. У цьому сенсі слово можна розглядати як свого роду топографічний накопичувач, що оптимально кодує та зберігає семантичні дані, з якого відбувається потім селективне зчитування інформації. Семантичний імпульс, що доходить до нас від лінгвоголограми і лічений референтним променем свідомості, коригується і уточнюється контекстуальним тлом, а потім реконструюється в загальному процесі сприйняття в потрібний сенс [5, с. 326–328].

На відміну від оптичної, в словесній голограмі записана не світлова, а семантична інформація, яка може бути реконструйована без втрат у будь-який час, як тільки на неї буде направлений промінь нашої свідомості, що включає цілий набір

параметрів (лінгвістична та металінгвістична компетенція, енциклопедичні знання, прагматичні умови комунікації та ін.) і що спирається у своїй інтерпретації на семантичне оточення, або контекст.

У кожному слові-голограмі закладена найрізноманітніша інформація: концептуально-семантична, граматична, конотативна, стилістична. Всі ці елементи розподіляються по всьому простору голограми, які мають не тільки поверхню, а й глибину; відповідно до цього голограма фокусує зображений об'єкт як поверхово, так і глибинно, вихоплюючи з нього при необхідності ті образи або елементи, які були колись закладені. Інформаційно-семантичний зміст голограми може бути надзвичайно щільним. Словесна голограма легко вбирає в себе і запам'ятовує всі семантичні та інші параметри, укладені в неї, так що наша свідомість у кожний даний момент і в даному контексті буде зчитувати лише одну необхідну нам інтегральну частину семантичного цілого, у той час як всі інші, не релевантні відійдуть на задній план [7, с. 67–69].

Гіпотетично можна припустити, що кожне слово з його потенційною тенденцією до полісемії – це динамічна голограма, що не стирається, і справді унікальна система пам'яті. Якщо дотримуватися такої концепції, то виявиться, що такі параметри, як віддаленість чи наближеність буквального та метафоричного концептів (тобто *tenor* і *vehicle* у формулюванні А. Річардса) не такі вже й істотні. Для скануючого променя нашої свідомості ця відстань нерелевантна, вона блискавично вихоплює, зчитує та креативно поєднує те, що має сумісні концептуальні чи конотативні імплікації, бо запрограмоване на такий пошук та зчитування. При цьому різні шари інформації можуть частково або повністю поєднуватися або накладатися один на одного, утворюючи химерні конфігурації та виробляючи той чи інший комунікативний ефект.

З цієї точки зору всю систему мови, знову ж таки гіпотетично, можна представити як гігантську багатовимірну і не стерту голограму, кожна частина якої укладена в ціле, а ціле так чи інакше – в кожен його частину. Саме тому не можна вивчити певний фрагмент мови, не оволодівши цією мовою повністю. У цілому нині таке розуміння передбачає не лінійну, саме багатовимірну динаміку мови, кожен аспект якої, будучи частиною неподільного цілого, несе у собі заряд інформації про це в цілому.

Ця класифікація спирається на особливості змістовної сторін метафоричного знаку, які у їх смислової двоплановості (одночасне вказівку на

основний і допоміжний суб'єкт), тобто порівняння чогось (основного суб'єкта) з чимось (допоміжним суб'єктом, терміном-порівняння) за якоюсь ознакою (аспектом порівняння).

По допоміжному критерію суб'єкти порівняння виділяються: анімалістична метафора – заснована на порівнянні з твариною; антропоморфна метафора – лежить порівняння предметів, рослин, тварин із людиною; просторова (орієнтаційна (за Дж. Лакоффом та М. Джонсоном)) метафора – заснована на аналогії з будь-яким виміром простору: високі ціни, низька температура. За ступенем цілісності внутрішньої форми виділяють метафори: образні (оказіональні: синтаксичний монстр; узуальні: легкокрилі мрії); мертві, стерті. Виходячи з належності знака-носія образу (допоміжного суб'єкта) до системи термінів тієї чи іншої галузі традиційно дослідники виділяють такі групи метафор: медичні, спортивні, військові, технічні, азартні, біологічні. Ми у своєму дослідженні шукатимемо поняття, які виражає суб'єкт у метафоричних поєднаннях [9].

Беручи до уваги позитивні сторони існуючих класифікацій епітетів та внісши необхідні, на наш погляд, зміни та уточнення, ми пропонуємо наступну семантичну класифікацію епітетів з урахуванням їх місця у польовій системі тропів: 1) узуально-асоціативні епітети (постійні, описово-оціночні); 2) okazіонально-асоціативні епітети: поле подібності (компаративні, метафоричні, літотні/гіперболічні; поле суміжності (метонімічні, перифразні); поле протилежності (іронічні, оксюморонні). Дана класифікація дозволяє визначити статус метафоричного епітету та виділити його відмінні риси.

Висновки і пропозиції. Метафора – основоположний принцип мови. У звичайній зв'язковій мові ми не зустрінемо і трьох пропозицій поспіль, у яких не було б метафори. Навіть у чіткій мові точних наук можна обійтися без метафори лише внаслідок прикладання великих зусиль: щоб уникнути метафор, треба спершу їх виявити. Функціональне спрямування метафор напряму залежить від текстових стилів, у яких вони використовуються. Першочерговими функціями метафор визнаються евристична та пізнавальна, оскільки саме за їх допомогою можливо осмислити нові об'єкти дослідження, використовуючи знання про інші форми об'єктів. Окрему роль у межах наукового дискурсу, у тому числі й аграрного, відіграє аргументативна функція, що використовується в ролі інструмента переконання у правильності запропонованих теорій.

Звернувшись до розгляду специфічних рис мовної метафори, що зумовлюють її пізнавальну функцію, з'ясували, що її створення пов'язано із особливим оперуванням людини понятійною системою, результатом якої є нове знання. Функції, що відбивають шлях закріплення метафори у мові звичайного типу пізнання як засобу об'єктивації знання, такі: економії мовних засобів, експлікації якостей, номінації, концептуалізації. Таким чином, роль мовної метафори як засобу вираження результатів пізнання у процесі її розвитку поступово зростає. Проаналізувавши основні

сучасні гносеологічні концепції метафори, ми дійшли висновку, що відсутність підходу, який став би основою єдиної цілісної концепції, пояснюється прагненням дослідників охопити всі фактори, що впливають на інтерпретацію метафоричних висловлювань, що відкриває все нові й нові невраховані раніше обставини та перспективи дослідження. Неможливість пояснити сутність метафори у межах однієї теорії пояснюється лише тим, що вона є і семіотичним, і концептуальним, і контекстуальним освітою, тобто багатолікністю її ролі пізнанні.

Список літератури:

1. Бакун О. В. Метафора у політичному дискурсі. URL: <http://www.dspace.nbuv.gov.ua>. (дата звернення: 28.10.2022).
2. Боярська А. Метафора у термінології розмінування англійської мови. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/21740/Metafora_u_terminolohii_rozminuvannia_anhliiskoi%20movy.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 28.10.2022).
3. Кабанцева Н. В. Семантична класифікація метафори в публіцистиці на матеріалі англійської та української мов. Науковий вісник Міжнар. гуманіт. ун-ту. Сер. «Філологія». 2014. № 10. т. 2. 92–94 с.
4. Кравець Л. Ю. Метафора як лінгвоментальний феномен. Українська мова і література в школі. 2014. № 1. С. 39–42.
5. Кричевська Л. А. Особливості перекладу концептуальної метафори у кліше англійської мови наукового тексту. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». № 36. 2013. С. 326–328.
6. Лучук І. Дикі думи. Сектор поезієзнавства Інституту Івана Франка НАН України. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2011. 816 с.
7. Ляшкова І. І. Метафора як засіб втілення наукового знання в англійській мові та проблема еквівалентності перекладу на українську. Вісник НТУ «ХП». 2015. № 13. С. 67–69.
8. Метафора в аграрному інтернет-дискурсі та особливості її перекладу з англійської мови українською. URL: <https://vunivere.ru/work102007/page7> (дата звернення: 08.10.2022).
9. Одинецька Л. В. Роль метафори у засобах масової інформації. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/13506/Odynetska%20L..PD;jsessionid=F15301C4BEBFEC355B83789D4C5C86A4?sequence=1> (дата звернення: 28.10.2022).
10. Пемпусь Т. С. Метафора: теоретико-літературний аспект. URL: <http://studentam.net.ua/content/view/8807/97/> (дата звернення: 08.10.2022).
11. Четверікова О. Комунікативні та лінгвокультурологічні передумови дослідження науково-популярного тексту. Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. № 35. 2016. С. 178–184.

Olkhovska N. S., Mikhienko N. A. STRUCTURAL-SEMANTIC FEATURES OF METAPHORS OF AGRARIAN GERMAN-SPEAKING DISCOURSE

The article examines the concept, essence and features of metaphors in the German-language agrarian discourse. Additional attention is paid to the study of metaphors from the point of view of semantic, pragmatic and semiotic approach. In the context of the conducted research, it is proposed to consider metaphors as specific statements about objective properties, in which attention is drawn to certain similarities that are combined with words already defined in a reinterpreted sense. It is metaphorical techniques that play the role of a direct means of direct nomination, creating conditions for the predication of new, previously uncharacteristic features for objects, which has a positive effect on the rapid development of new content within the text.

It was established that in the process of using metaphorical turns in German-language agrarian texts, it is possible to divide them into separate varieties, in connection with which a unique approach to the classification of the studied category from the point of view of structural and semantic characteristics is proposed: usual and associative epithets (permanent, descriptive and evaluative); occasional-associative epithets: the field of similarity (comparative, metaphorical, lithotic/hyperbolic; the field of contiguity (metonymic, periphrastic); the field of opposites (ironic, oxymoronic). This classification allows you to determine the status of a metaphorical epithet and highlight its distinguishing features.

In ordinary connected language, we will not come across three sentences in a row that do not contain a metaphor. Even in the clear language of the exact sciences, one can do without a metaphor only as a result of great effort: to avoid metaphors, one must first discover them. The functional orientation of metaphors directly depends on the textual styles in which they are used. The primary functions of metaphors are recognized as heuristic and cognitive, since it is with their help that it is possible to conceptualize new objects of research, using knowledge about other forms of objects.

Turning to the examination of the specific features of a linguistic metaphor, which determine its cognitive function, it was found that its creation is connected with a special operation of a person with a conceptual system, the result of which is new knowledge. The functions reflecting the way of fixing the metaphor in the language of the usual type of cognition as a means of objectifying knowledge are as follows: economy of linguistic means, explication of qualities, nomination, conceptualization. Thus, the role of language metaphor as a means of expressing the results of cognition in the process of its development is gradually increasing.

Having analyzed the main modern epistemological concepts of metaphor, we came to the conclusion that the lack of an approach that would become the basis of a single holistic concept is explained by the desire of researchers to cover all the factors that influence the interpretation of metaphorical statements, which opens up more and more new circumstances and perspectives of research that were not taken into account before. The impossibility of explaining the essence of metaphor within the framework of one theory is explained only by the fact that it is both semiotic, conceptual, and contextual education, that is, the multifaceted nature of its role in cognition.

Key words: *german-language discourse, metaphors, structural-semantic characteristics, agrarian texts, lexeme.*

Ольховська Н. С.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Яник К. О.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ТЕРМІНИ ЯК КЛЮЧОВІ ОДИНИЦІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТЕКСТУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Дана стаття присвячена аналізу прийомів та методів перекладу термінів як ключових одиниць у спеціалізованих текстах. Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, освіти та культури зумовлює практичну необхідність перекладу спеціальної документації. Переклад таких текстів є невід'ємною частиною міжнародних економічних зв'язків та процесів і виступає одним із чинників успішної міжкультурної комунікації. Важливою при цьому є умова відповідності перекладених текстів вимогам еквівалентності та адекватності. Тексти спеціалізованого характеру вирізняються строгістю, логічністю, точністю, стислістю, однозначністю та повнотою викладу, що впливає на переклад таких текстів. Підвищена цільність інформації як найважливіша риса таких текстів досягається за рахунок значної кількості термінологічних лексичних одиниць. Як показало проведене дослідження, лексичні особливості німецької та російської мов, зокрема специфіка термінологічних одиниць, не ідентичні та вимагають застосування перекладачем особливих прийомів перекладу. У статті розглядаються основні ситуації, що зустрічаються при перекладі термінології, а саме здійснення перекладачем різноманітних лексико-семантичних трансформацій таких як запозичення, калькування, дослівний переклад, транспозиція, модуляція, еквівалентність та адаптація. Але типологізація або навіть створення подібних класифікацій покликане спростити процес перекладу та проведення передперекладного аналізу, тому віднесення слів до тієї чи іншої групи часом має суб'єктивний характер. Але в будь-якому разі опираючись на структурованість термінологічних систем та класифікацію способів перекладацьких трансформацій, перекладач може досягти довершеності у перекладеному тексті.

Ключові слова: адекватність перекладу, термінологічна система, термін, переклад, спеціальний текст, лексичні одиниці мови, система перекладацьких прийомів, еквіваленція.

Постановка проблеми. Термінологічна система є дуже складний лексичний пласт, оскільки «термінологія будь-якої галузі знання перебуває у стані постійної кількісної та якісної зміни. Застарілі та виходять із вживання одні терміни, виникають і створюються інші, що позначають нові поняття або більш точно передають зміст старих... виникає їх варіантність як відображення однієї з фундаментальних властивостей мовної системи» [6, с. 19].

Правильний переклад термінів як ключових одиниць спеціального тексту є обов'язковою умовою точності перекладу всього спеціального німецькомовного тексту на українську. Тим часом, під час роботи з текстами за фахом у нефаківців досить часто виникають труднощі, пов'язані з правильним розумінням та перекладом термінів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою перекладу термінів спеціалізованих текстів переймаються такі відомі лінг-

вісти як А. Архіпов, Л. Бархадуров, А. Бурлак, В. Комісаров, Я. Рязкер, В. Акуленко, Л. Андрієнко, О. Андрієвська, О. Ахманова, О. Баловнева, А. Білецький, Н. Глінка, В. Дубичинський, О. Дуда, О. Іванова, Л. Івіна, А. Капуш, В. Карабан, Т. Кияк, А. Кульчицька, Т. Левицька, К. Левківська, Ю. Марчук, В. Мирошніченко, Л. Нелюбін, І. Носенко, Е. Скороходько, Ю. Соболев, О. Суперанська, А. Циркаль, К. Шипіло тощо, розробки яких зробили істотний внесок в розв'язання проблеми перекладу термінології.

Постановка завдання. Метою нашої статті є проаналізувати наявні сьогодні підходи до перекладу термінів, а також систематизувати труднощі та помилки, що виникають, з'ясувати їх причини і знайти, яким чином слід діяти в кожній із ситуацій.

Виклад основного матеріалу. Насамперед, варто розібратися, що таке термін. Л. С. Бархударов у книзі «Мова і переклад: питання загальної та приватної теорії перекладу» зазначив, що «в

наш час, коли професія перекладача стала воістину масовою і коли з перекладом, по суті, доводиться в тій чи іншій формі мати справу всім, хто так чи інакше пов'язаний з вивченням іноземної мови або з видами роботи, що вимагають застосування іноземної мови, знайомство з основними положеннями теорії перекладу абсолютно необхідне для кожного, хто не бажає працювати в цій галузі наосліп... Без науково обґрунтованої теорії перекладу нині не можливо займатись успішною перекладацькою практикою – така незаперечна істина, яку марно оспорювати» [2, с. 239].

Дійсно, «відкрите орієнтування на Захід у галузі економіки, політичної структури держави, у сферах культури, спорту, торгівлі, моди, музики та ін.» [10, с. 27] пробуджує інтерес до зарубіжних досягнень дедалі ширших верств населення. Тексти іноземною мовою, всесвітній процес інтеграції лише збільшують темпи розвитку термінологічної системи українською. Матеріали вивчення іноземної мови також містять терміни, які потрібно знати.

Правильний переклад термінів як ключових одиниць спеціального тексту є умовою точності перекладу всього спеціального тексту. Тим часом, при роботі з текстами за фахом у нефакхівців досить часто виникають труднощі, пов'язані з правильним розумінням та перекладом термінів.

Термін можна визначити як «слово або словосполучення спеціальної мови, створюване для точного вираження спеціальних понять та позначення спеціальних предметів» [12, с. 188], «мовний знак якого співвіднесений з відповідним поняттям у системі понять даної галузі науки та техніки» [7, с. 35]. Реформатський визначає терміни «як однозначні слова, позбавлені експресивності» [14, с. 49–51]. З іншого боку, В.М. Комісаров зауважив, що «вірніше розглядати термін не як слово, а як його особливу якість, що здобувається і втрачається у мові, бо слово стає терміном щоразу, коли починає позначати наукове поняття» [8, с. 8]. Я. І. Рецкер саме здатність «точно, стисло і однозначно визначити поняття в даній галузі науки, техніки, мистецтва» називав головною функцією терміна [15, с. 74].

У мові терміни не існують самі по собі, а завжди у складі термінології, «термінологічного поля» [14, с. 51]. Термінологією називається «сукупність термінів даної галузі знання, виробництва, діяльності» [12, с. 189]. «Співвіднесення терміна з конкретною системою понять є суттєвою ознакою поняття «термін», без наявності якого ... неможливе виконання терміном своїх

функцій» [7, с. 109]. Будь-яка терміносистема постійно розвивається та оновлюється. Одні терміни заміщаються вдалими аналогами, інші взагалі виходять із вживання, постійно з'являються і терміни-неологізми. Сучасна термінологія – «це штучно формований лексичний пласт, кожна одиниця якого має певні обмеження для свого вживання та оптимальні умови для свого існування та розвитку» [5, с. 10].

Термінами можуть стати практично будь-які лексичні одиниці мови, що перейшли у вузько-спеціальну область та послужили для позначення конкретних понять цієї галузі. Існує безліч підходів до перекладу лексичних одиниць з однієї мови іншою. Зазначимо, перш за все, що в загальних рисах можна намітити два шляхи перекладу, якими слідує перекладач: *переклад прямий* або *буквальний* і *непрямий переклад*.

Справді, може мати місце випадок, коли повідомлення вихідною мовою чудово перекладається мовою перекладу, бо воно ґрунтується або на паралельних категоріях, або на паралельних поняттях. Але може статися і так, що перекладач констатує наявність у мові перекладу «пробіл», який необхідно заповнити еквівалентними засобами, домагаючись того, щоб загальне враження від двох повідомлень було однаковим. Може статися і так, що внаслідок структурних або металінгвістичних відмінностей деякі стилістичні ефекти неможливо передати мовою перекладу, не змінивши в тій чи іншій мірі порядок прямування елементів або навіть лексичні одиниці. Зрозуміло, що в другому випадку необхідно вдаватися до більш витончених способів, які на перший погляд можуть здивувати, але хід яких можна простежити з метою суворого контролю за досягненням еквівалентності. Це методи непрямого перекладу. Запозичення, калькування та дослівний переклад – методи прямого перекладу. Інші – непрямого [9, с. 166–169].

Нами обрано систему перекладацьких прийомів та лексико-семантичних трансформацій за А. Ф. Архиповим, оскільки він спирається у своїй класифікації на німецьку мову і докладно описує кожен перекладацький прийом. Він розрізняє такі лексико-семантичні трансформації [1, с. 336]:

- додавання слів, словосполучень та речень;
- опущення лексичних елементів;
- лексичне розгортання, тобто заміна слова словосполученням;
- лексичне згортання, тобто заміна словосполучення словом;
- зміщення, тобто заміна видового поняття іншим у межах загального;

– транскрипція, тобто фонетична імітація слова і транслітерація, тобто. буквена імітація.

Ми ж розглянемо класифікацію, що складається із семи видів трансформацій: запозичення [4, с. 69–72], калькування, дослівний переклад, транспозиція, модуляція, еквівалентність та адаптація.

Запозичення є найпростішим видом трансформації, що дозволяє заповнити прогалину, зазвичай металінгвістичного характеру (нова техніка, невідомі поняття). Запозичення як процес використання елементів однієї мови в іншій обумовлено суперечливою природою мовного знаку: його довільністю як вирішальною запозичення силою і мимовільністю як фактором, що перешкоджає запозиченню [4, с. 69–72]. Серед них історичні, географічні, соціальні, економічні, культурні та інші умови. Перекладача насамперед цікавлять нові запозичення і навіть запозичення індивідуального характеру. Слід зазначити, що найчастіше запозичення входять у мову через переклад, у тому числі фігурують семантичні запозичення, чи «хибні друзі перекладача», яких слід особливо побоюватися. Серед величезної кількості термінів, які ми зустрічаємо в тексті, перекладених запозиченням дуже мало. Такі слова, як «der Reiber», «der Stichel» перекладаються як «рейбер» та «штихель» відповідно. Ці терміни з'явилися в нашій мові відносно давно, тому перекладати їх якимось іншим способом немає сенсу. Інший термін «der Briefmaler» був перекладений нами як «брифмалер», при цьому він був забезпечений поясненням, оскільки це слово-реалія, що існує тільки в культурі мови перекладу. При перекладі найменування цієї посади було б доречним використовувати описовий переклад, не згадуючи у перекладі цього слова, але з метою передачі специфіки значення оригіналу ми скористалися запозиченням.

Калькування є особливим запозиченням: ми запозичуємо з іноземної мови ту чи іншу синтагму і буквально перекладаємо елементи, які її складають. Ми отримуємо, таким чином, або калькування виразу, причому використовуємо синтаксичні структури мови перекладу, привносячи до нього нові експресивні елементи, або калькування структури, причому вносимо в мову нові конструкції. Наприклад, слово «der Holzschneider» перекладається, при використанні методу калькування, як «різьбяр по дереву».

Виділяють два види калькування слів: словотвірні та семантичні. Словотвірні кальки – це слова, отримані «поморфемним» перекладом іноземного слова українською мовою. Семантичні

кальки – це українські слова, які набули нових значень під впливом відповідних слів іншої мови в результаті буквализму при перекладі.

Стосовно нашої статті варто говорити про наявність семантичних кальок. Словотвірних кальок практично немає, тому що більшість термінів є складними іменниками. Але прикладом може бути термін «der Abdruck», що складається з приставки «ab» і кореня «druck». В результаті перекладу ми отримуємо слово відбиток, яке повністю відповідає цьому способу перекладу.

Дослівний переклад, або переклад «слово в слово», означає перехід від вихідної мови до мови перекладу, що призводить до створення правильного та ідіоматичного тексту. У принципі дослівний переклад – це єдине оборотне та повне вирішення питання. Еквівалентність повідомлень ґрунтується, зрештою, на ідентичності ситуацій, що одна дозволяє стверджувати, що мова перекладу містить деякі характеристики дійсності, яких у вихідній мові немає [9, с. 132-140].

При перекладі термінів важко говорити про дослівний переклад, оскільки саме поняття застосовне, скоріш, до перекладу текстів чи речень, аніж окремих слів. Взагалі створення подібних класифікацій покликане спростити процес перекладу та проведення передперекладного аналізу, тому віднесення слів до тієї чи іншої групи часом має суб'єктивний характер. Але все ж таки варто виділити ряд слів, які можна віднести до цієї групи: «die bildende Kunst», «die Malerei», «der Vorwurf», «die Gestaltung». Всі ці слова мають усталені відповідності у німецькій та українській мовах, тому їхній переклад можна вважати дослівним. Найяскравішим прикладом служить «die bildende Kunst», яка має пряму відповідність в українській мові та перекладається дослівно – образотворче мистецтво.

Транспозицією називається спосіб, який полягає у заміні однієї частини мови іншою без зміни змісту всього повідомлення. Цей спосіб може застосовуватися як у межах однієї мови, так і при перекладі. Основний та транспонований обороти не обов'язково еквівалентні зі стилістичної точки зору. Перекладач повинен користуватися способом транспозиції, якщо оборот краще вписується на всю фразу або дозволяє відновити стилістичні нюанси. Слід зазначити, що транспонований оборот має більш літературний характер. Особливо окремим випадком транспозиції є «перехрещення».

Використання транспозиції при перекладі для тексту необхідне. Але це стосується структури самого тексту, його адекватної інтерпретації. Ми

проаналізуємо переклад лексики близької до термінологічної: «das Vertiefen sein», «Holztafelldruck herstellen», «schattende Kreuzschraffen». Так як їх небагато, зупинимося докладніше на перекладі кожного з них.

Словосполучення «das Vertiefen sein» означає «поглиблювати», але в контексті всього тексту подібний переклад просто недоречний, тому доводиться вдаватися до смислового розвитку та зміни структури вираження, в результаті отримуємо – «вирізати вглиб». Сема іменника реалізується в говірці, а дієслово набуває зовсім іншого значення.

Вираз «in Holztafelldruck herstellen» означає виготовлення печаток на дерев'яних дошках. В результаті транспозиції ми отримуємо – друкувати дерев'яними дощечками. Компонент складного іменника -«druck» трансформувався в дієслово друкувати, а інші компоненти іменника пояснюють нам як здійснюється цей друк, вихідне дієслово при цьому опускається.

Наступний термінологічний вираз «schattende Kreuzschraffen» перекладаємо як «тіні, створені перехресним штрихуванням». Тут ми міняємо місцями означуване та означальне слово. В результаті цієї транспозиції отримуємо іменник із прикметниковим зворотом.

Модуляція є варіювання повідомлення, чого можна досягти, змінивши кут чи точку зору. До цього способу можна вдатися, коли видно, що дослівний або навіть транспонований переклад призводить до висловлювання граматично правильного, але суперечить структурі мови перекладу.

При вільній модуляції стійка фіксація відсутня, і процес щоразу відбувається заново. Значимо, що звідси не впливає, що така модуляція є факультативною; вона повинна привести при правильному застосуванні до ідеального рішення мови перекладу відповідно до ситуації, запропонованої вихідною мовою. Варто зазначити, що вільна модуляція може будь-якої миті стати стійкою, як тільки вона отримує високий ступінь частотності або буде представлена як єдине рішення. Перетворення вільної модуляції на стійку відбувається завжди, коли вона фіксується в словниках чи граматиках і стає предметом викладання. Починаючи з цього моменту відмова від модуляції засуджується як порушення узуса [11, с. 112–140].

Іншими словами, модуляція включає як смисловий розвиток, так і опущення. У тексті є ряд прикладів: «die Werkart», «die Schnitzmesser», «die Bildlinien», «die Stege = die Plattenstege»,

«die Plattebearbeitung», «der Schrifttext», «die Kreuzstrichlage», «das Schrottblat». Найцікавішим є переклад слів: «die Bildlinien» – контури, «der Schrifttext» – текст, «die Kreuzstrichlage» – перехресне штрихування. У першому випадку ми застосовуємо смисловий розвиток, тому що контури це і є лінії зображення (що було б при дослівному перекладі); у другому слові переклад першого компонента не важливий, оскільки сема слова текст має на увазі щось написане; у разі опускається елемент «-lage», що означає становище (дослівно – перехресне становище штрихів). На окрему згадку заслуговує дуже цікаве слово: «die Stege». Парадокс полягає в тому, що основна сема слова «der Steg» – елемент, що з'єднує між собою частини чогось. У цьому випадку йдеться про гравюру та про поєднання фрагментів її зображення на дошці, тобто про її рельєф. Таким чином, у перекладі ми отримуємо слово рельєф.

Ми вже не раз підкреслювали можливість того, що два тексти описують ту саму ситуацію, використовуючи зовсім різні стилістичні та структурні засоби. У цьому випадку ми говоримо про еквівалент. Класичним прикладом еквівалентності є ситуація, коли людина з необережності, яка забуває цвях, потрапляє собі на пальці – українською вона вигукне «Ай!», німецькою вона вигукне «Au!».

Цей приклад, хоч і є грубим, проте підкреслює особливий характер еквівалентності: вона має найчастіше синтагматичний характер і зачіпає все повідомлення цілком. Звідси впливає, що більшість еквівалентій, якими ми постійно користуємося, є стійкими і входять до складу ідіоматичної фразеології, включаючи кліше, приказки, ад'єктивні чи субстантивні стійкі поєднання тощо, і становлять мету комунікації, що є найбільш загальною частиною змісту висловлювання, властива висловлюванню загалом і яка визначає його роль у комунікативному акті.

Еквівалентія має місце у тексті, коли йдеться про найменування напрямів мистецтва, які займаються тим чи іншим видом гравюр: «Holzschnitt» («на дереві»), «Metallschnitt» («на металі»), «der Kupferstich» («на міді»). Так само це стосується деяких вузькоспеціальних термінів, еквіваленти яких необхідно знати: «die Punze» («різець для гравіювання») і «das Blockbuch» («ксилографічна книга»). Пошук еквівалентів допомагає перекладачу при перекладі вузькоспеціальних текстів зробити правильний вибір, схилитися до того чи іншому варіанту перекладу.

Адаптація застосована до випадків, коли ситуації, про яку йдеться у вихідній мові, не існує

в мові перекладу і вона повинна бути передана через посередництво іншої ситуації, яку ми вважаємо еквівалентною. Це особливий випадок еквівалентності, так би мовити, еквівалентність ситуацій. Відмова від адаптування, яке торкається не тільки структури, але також і самого розвитку ідей, думок і способу їх фактичного викладу в абзаці призводить до наявності в «правильному» тексті якоїсь не певної тональності, чогось фальшивого, що незмінно проявляється у перекладі.

Текст не повинен бути калькою ні в структурному, ні в металінгвістичному плані [16, с. 193].

Найбільші складнощі викликав переклад слова «der Briefmaler» і «das Andachtsbild». Про перше слово було вже сказано достатньо, що стосується другого, то воно є культурною реалією, що відсутня у нашій культурі. Тому його переклад забрав досить багато часу, за допомогою описового перекладу можна зробити висновок: «das Andachtsbild» – це картина, що зображує важливу подію з життя святих. У тексті присутня ціла низка слів-реалій, але вони не стосуються термінології як такої, тому можна зробити висно-

вок, що термінів, перекладених шляхом адаптації в тексті більше немає.

Висновки і пропозиції. Закінчуючи аналіз трансформацій у нашій статті, можна зробити висновок, що в спеціальних текстах присутні різні види термінів, перекладати які можна відповідно до певного способу їх перекладу, які ми розглянули та проаналізували вище. Особливу увагу ми приділили таким перекладацьким трансформаціям лексичних засобів у спеціалізованих текстах як запозичення, калькування, дослівний переклад, транспозиція, модуляція, еквівалентність та адаптація. Ми дослідили кожен спосіб перекладу на власних прикладах і прокоментували даний аналіз співставлення термінологічних одиниць із трансформаційними засобами інтерпретації німецькомовного тексту. Зрештою, спосіб перекладу вибирає сам перекладач, хоч би яким він був, він не повинен суперечити суті тексту та структурі його розповіді, аби досягти успішної комунікації та адекватності перекладу. Тому дана тематика потребує детальнішого вивчення, би полегшити процес перекладу та аналізу текстів оригіналу та вихідного.

Список літератури:

1. Архипов А.Ф. Письменный перевод с немецкого языка на русский язык. М. : КДУ, 2008. 336 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М. : Международные отношения, 1975. 240 с.
3. Большой Энциклопедический словарь, 2005. 1456 с.
4. Бурлак А. Л. Введение в практику письменного перевода с русского языка на английский. Этап 1: уровень слова М. : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2002. 159 с.
5. Давлетукаева А. Ш. Диахронический аспект развития экономической терминологии (английский язык). Москва, 2001. 183 с.
6. Динес Л. А. Вариантность терминологических единиц в частноотраслевой терминосистеме // Лингвистические проблемы формирования и развития отраслевых терминосистем. Саратов : Изд-во СГАП, 1997. 19–24 с.
7. Климовицкий Я.И. Термин и обусловленность определения понятия в системе // Проблематика определенных терминов в словарях различных типов. Л. : Наука. Ленингр. отделение, 1976. 267 с.
8. Комиссаров В.П. Слово о переводе. М. : Международные отношения, 1973. 216 с.
9. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высшая школа, 1999. 253 с.
10. Крысин Л. П. Язык в современном обществе. М. : ООО ТИД «Русское слово – РС», 2008. 208 с.
11. Латышев Л. К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения. М., 2001. 247 с.
12. Нелюбин Л. Л. Толковый переводческий словарь. Флинта, 2003. 320 с.
13. Нойберт А. Прагматические аспекты перевода. Лейпциг, 1968. 180 с.
14. Реформаторский А. А. Что такое терминология? М., 1961. 275 с.
15. Рецкер Я.И. Что же такое лексические трансформации? // Тетради переводчика. М.: Международные отношения, 1980, № 17. 72–84 с.
16. Рябцева Н.К. Научная речь на английском языке. Руководство по научному изложению. М.: Флинта, 2000. 598 с.
17. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод). М. : Воениздат, 1973. 280 с.
18. Переводческие концепции А. Нойберта. classes/grammar/113.komissarov_obshaya_teoriya_perevoda/html/4_9.html
19. Особенности перевода технических текстов с немецкого языка на русский alcor-center/article_german_to_russian.html
20. Модели перевода sgulingv.narod/library/mod_perevod.htm

21. W. Buchowiecki, Holzschnitt // «Kunst dem Volk» № 5 – Wien, 1943 (Источник материала для примеров перевода терминов в статье).

Olkhovska N. S., Yanyk K. O. TERMS AS KEY UNITS OF GERMAN-SPECIFIC TEXT: TRANSLATION ASPECT

This article is devoted to the analysis of techniques and methods of translating terms as key units in specialized texts. The rapid development of scientific and technical progress, education and culture determines the practical necessity of translating special documentation. The translation of such texts is an integral part of international economic relations and processes and is one of the factors of successful intercultural communication. In this case, the condition of compliance of the translated texts with the requirements of equivalence and adequacy is important. Texts of a specialized nature are distinguished by strictness, logic, accuracy, brevity, unambiguity and completeness of presentation, which affects the translation of such texts. Increased information density as the most important feature of such texts is achieved due to a significant number of terminological lexical units. As the research has shown, the lexical features of the German and Russian languages, in particular the specifics of terminological units, are not identical and require the translator to use special translation methods. The article examines the main situations encountered in the translation of terminology, namely, the translator's implementation of various lexical-semantic transformations, such as borrowing, tracing, literal translation, transposition, modulation, equivalence, and adaptation. But typology or even the creation of similar classifications is intended to simplify the process of translation and pre-translational analysis, so assigning words to one or another group is sometimes subjective. But in any case, relying on the structure of terminological systems and the classification of methods of translation transformations, the translator can achieve perfection in the translated text.

Key words: *adequacy of translation, terminological system, term, translation, special text, lexical units of the language, system of translation techniques, equivalence.*

Панченко О. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ СТИСЛОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ)

Стислість та водночас ясність мови і мовлення завжди були і є рисами якісного спілкування. Метою статті є надання визначення стислового тексту у сучасних умовах та порівняння його побудови в українській та англійській мовах. Для цього було застосовано методи аналізу та синтезу лінгвістичної літератури з дотичних проблем, накопичення фактичного матеріалу та описовий метод під час аналізу результатів. Запропоновано таку дефініцію: стислий текст – це цілісна семіотична форма психомовленнєвомисленнєвої людської діяльності, концептуально і структурно організована, яка є прагматично спрямованим посередником комунікації в умовах економії ментальних та матеріальних зусиль, побудована за допомогою скорочення повного попереднього твору або від початку створена як коротка побудова, призначена за потреби для подальшого розгортання в більший текст. Фактичним матеріалом статті є тексти коротких інтернет-повідомлень на телеграм-каналах схожої тематики англійською та українською мовами. Проаналізовано по 100 зразків таких текстів та визначено низку їх спільних та диференціальних ознак. Стислі тексти є особливим видом сучасної лінгвістичної творчості, які не втрачають поширеності в усіх сферах людської діяльності. Їм притаманні численні ознаки як в плані вираження, так і в плані змісту. У стислих текстах спостерігаємо як кількісне (графічні скорочення, умовні позначення, сучасні емоційні позначки (смайлики тощо), елімінація зайвих слів, еліпс допоміжних лексико-синтаксичних одиниць), так і якісне (специфічного співвідношення частин мови, перевага більш простих за складом і значенням граматичних категорій) скорочення. Семантична компресія в СТ досягається завдяки використанню наявної у читача фонові підтекстової інформації. Створення особливого комунікативного феномена – стислового тексту – можна вважати проявом творчої мовленнєвої діяльності суб'єкта. Перспективою дослідження є проведення кількісних порівнянь співвідношення різних засобів стиснення тексту в українській та англійській мовах.

Ключові слова: текст, стислий текст, компресія, стиснення, еліпс.

Постановка проблеми. Стислість та водночас ясність мови і мовлення завжди були і є рисами якісного спілкування. Боян бо віщий, аще кому хочає піснь творити, то розтікається мислю по древу, сірим волком по землі, шизим орлом под облаки, на віки залишився негативним прикладом мовця, або спікера, якщо використовувати сучасне слово-запозичення. Один з найвідоміших ораторів світу Вінстон Черчіль також звертав увагу на довжину письмового тексту або промови як на їх негативну рису. Відомі його вирази «*This report, by its very length, defends itself against the risk of being read. Сама товщина цього звіту захищає його від небезпеки бути прочитаним*», або, цитуючи Блеза Паскаля, «*Today I'm giving a long speech because I didn't have time to prepare a short one. Сьогодні я буду говорити довго, тому що у мене не було часу підготувати коротку промову*» Уміння створювати стислий текст, отже, завжди цінувалося.

Цивілізаційні тренди розвитку інформаційного суспільства характеризуються тим, що за п'ять років ХХІ сторіччя людством було вироблено інформації більше, ніж за всю попередню історію. Обсяг інформації в світі зростає щорічно на 30 %. Тож у наш стрімкий час вимога стислості стає все гострішою, що надає актуальності аналізу стислих текстів як особливого лінгвістичного твору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідженнях сучасних лінгвістів велика увага приділяється тим різновидам творів науково-технічного, офіційно-ділового, газетно-публіцистичного та певною мірою художнього стилю, які характеризуються значним ступенем економії мовних засобів. Так, в роботах М. Васильєвої та Е. Закгейм, Б. Дюндіка, І. Інфантової, В. Кобкова, Т. Ковальчук, В. Миронової, І. Севбо, Е. Скороходько, В. Соловійова, К. Сухенко і низки інших авторів розглядаються композиційні та лінгвістичні особливості різних зразків стислих текстів (СТ).

В українському мовознавстві наявна значна кількість робіт, спрямованих на вивчення тих чи тих стислих текстів. Так, І.Г. Мирошниченко досліджує стислі тексти у мас-медійному дискурсі. Стиснення мас-медійних текстів різних жанрів зумовлюється стремлінням до економії мовних засобів, прагненням їхніх творців подавати інформацію раціонально та прагматично. В українському мас-медійному дискурсі у якості засобів стиснення (компресії) текстів використовують різноманітні лексико-граматичні засоби. На лексико-морфологічному рівні застосовуються складання основ, складноскорочені слова, абрєвіатури, універбація, усічення, телескопія, запозичення, кальки, фразеологізми. Більш компактні та економні моделі вираження думки відповідають сучасним установкам суспільства: тенденціям економії часу та зусиль на передачу та отримання інформації [4, с. 255]. У полі зору Н.О. Лисенко є стислість англійських експресивних текстів. Дослідниця, зокрема, підкреслює, що ця стислість досягається як за допомогою мовних або стилістичних засобів, так і за допомогою контексту, в якому вони вживаються [3, с. 44-45]. К.Ю. Шевчик досліджує стислі тексти у педагогічному дискурсі, зокрема у підручнику. Вона вважає, що прагматична спрямованість підручника зумовлює поліфункціональний характер СТ, що входять до його складу. Домінантною є когнітивна функція, що забезпечує розумову діяльність, яка реалізується під час пояснення нових понять, під час керування виконанням тих чи тих видів діяльності, наданні основи для розгортання думок. Стислий текст у структурі підручника виконує низку інших функцій, таких як індексальна, референційна, експресивна, розважальна, рекламна [8].

Сучасні жанри стислих текстів часто виникають у мережі Інтернет. Так, Н. Кузнецова та М. Шибеко, досліджуючи Twitter, зазначають, що винятковість цієї соціальної мережі виявляється в її зорієнтованості на швидкий та стислий виклад інформації. Профіль кожної особи у Twitter становить так званий мікроблог – сторінка у вигляді коротких постів, повідомлень, відповідей. ... Стислі тексти, які можуть публікувати користувачі, називаються твітами (tweet – «цвірінк!»). ...Одне «цвірінчання» (повідомлення) раніше могло містити 140 символів. Однак з листопада 2017 року засновники соціальної платформи розширили кількість символів у повідомленні до 280 [2, с. 353].

Т.А. Удовичька розглядає кліпове сприйняття інформації. Вона наголошує як на позитивних, так

і на негативних рисах сучасного кліпового сприйняття інформації; за умови кліпового мислення навколишній світ перетворюється на мозаїку різних, мало пов'язаних між собою фактів, частин, осколків інформації. Кліпове мислення може використовуватися як захисна реакція організму на інформаційне перевантаження. Якщо врахувати всю ту інформацію, яку бачить і чує за день студент, плюс «всесвітнє звалище» Інтернет, то немає нічого дивного в тому, що його мислення міняється, підстроюється, адаптується до такого інформаційного світу [7]. З аналізу сучасних праць виникає потреба узагальнення проблем стиснення тексту.

Постановка завдання. Метою нашої статті є надання визначення стислого тексту у сучасних умовах та порівняння його побудови в українській та англійській мовах. Для цього було застосовано методи аналізу та синтезу лінгвістичної літератури з дотичних проблем, накопичення фактичного матеріалу та описовий метод під час аналізу результатів.

Виклад основного матеріалу. За останні десятиріччя в наявній системі стислих текстів різних мов відбулися помітні зміни. Їх аналіз дає змогу визначити такі основні напрямки лінгвальних змін:

- розширення і зміна жанрової номенклатури стислих текстів;
- зміна прагматичного вектора використання зазначеного типу текстів;
- зміни в лексичному наповненні СТ і їх синтаксичній структурі.

Ми традиційно пропонували визначення СТ яке базувалося на дефініції тексту І.Р. Гальперіна та мало такий вигляд: стислий текст – це повідомлення, об'єктивоване подібно до будь-якого іншого тексту в письмовій формі, побудоване за допомогою скорочення повного тексту або від початку створене як коротке, призначене за потреби для подальшого розгортання в більший текст. СТ має більшу інформативну насиченість порівняно з первинним повним варіантом, яка досягається різноманітними обов'язковими і факультативними засобами всіх рівнів мови [5].

Аналіз сучасних визначень тексту в лінгвістичній літературі привів нас до вибору дефініції, яка була запропонована О.О. Селівановою: «Текст – цілісна семіотична форма психомовленнєвомисленнєвої людської діяльності, концептуально і структурно організована, діалогічно вбудована в інтеріоризоване буття, семіотичний універсум

етносу або цивілізації, яка є прагматично спрямованим посередником комунікації» [6, с. 32]. Значна кількість компонентів цього визначення відповідають суті досліджуваного типу текстів, який має кілька особливостей. Стислий текст входить до цілісної семіотичної системи способів вираження діяльності людини у різних сферах (діловій, науковій, художній тощо), він не може існувати ізольовано і має свій набір вираження того чи того денотативного або конотативного значення. це узагальнене вираження ментальності та світосприйняття етносу на тому чи тому етапі його цивілізаційного розвитку, яскраво прагматично забарвлений: він призначений для економії ментальних та матеріальних зусиль адресата та адресанта. Тому ми пропонуємо таку дефініцію стислого тексту: стислий текст – це цілісна семіотична форма психомовленнєвомисленнєвої людської діяльності, концептуально і структурно організована, яка є прагматично спрямованим посередником комунікації в умовах економії ментальних та матеріальних зусиль, побудована за допомогою скорочення повного попереднього твору або від початку створена як коротка побудова, призначена за потреби для подальшого розгортання в більший текст.

Серед наявних у лінгвістичній літературі класифікацій СТ ми підтримуємо ідею про існування двох основних різновидів СТ: первинний стислий текст, що формується до створення повного варіанту, і вторинний стислий текст, який є результатом переробки відповідного розгорнутого тексту. Первинний текст може потенційно розгортатися (прикладом може бути дайджест новин, СМС-повідомлення) або необхідно розгортатися (тези доповіді, план твору). Потенційно розгорнутий текст може бути незалежним, тобто зрозумілим без контексту і ситуації, ситуативно або контекстуально залежним або спиратися на екстралінгвістичні основу (підпис до малюнка). Необхідно розгорнутий текст може бути підготовлений для публікації і існувати самостійно (тези наукового повідомлення) або бути допоміжною ланкою під час побудови повного варіанту (план виступу). У свою чергу, вторинний СТ може існувати як невід’ємна складова частина повного тексту (план книги, формула винаходу) або являти собою окремих твір (реферат, анотація). З формальної точки зору стислі тексти можна розділити на нормовані стислі і форсовані стислі, тобто складені з порушенням будь-яких існуючих норм сучасної літературної мови. Прикладом першого типу можуть

бути тези наукового повідомлення, другого – СМС або словникова стаття.

Фактичним матеріалом нашого дослідження стали тексти коротких інтернет-повідомлень на телеграм-каналах схожої тематики англійською та українською мовами. Жанрово-прагматичні особливості цих текстів вимагають їх стислості, оскільки вони мають привернути увагу читача та не затримати її надто надовго. Нами було проаналізовано по 100 зразків таких текстів та визначено низку їх спільних та диференціальних ознак. Джерелами матеріалу дослідження стали телеграм-канали англійською мовою <https://t.me/eu/channels/@thetruthinfo> та українською мовою https://t.me/s/svidomi_ua.

На графемному рівні компресія тексту як в англійській, так і в українській мовах здійснюється в формі скорочення або вилучення певних графем. Є випадки використання цього засобу компресії практично в усіх жанрах СТ, наприклад:

NYT Marina Ovsyannikova, the former Russian state TV journalist who staged a rare protest Moscow's war with Ukraine live on air and had been under house arrest, has fled her homeland with her daughter; her lawyer said Monday. Read more

У російському Белгороді пролунали 16 вибухів. Росіяни повідомляють про начебто «роботу ППО». Губернатор Белгородської області Гладков заявив, що дві людини нібито поранені.

Тут можуть спостерігатися загальноприйняті буквені скорочення, так і у жанрах з форсованою компресією наявні специфічні буквені скорочення, наприклад:

ESG Is Evil More than just an illegitimate power grab, it is threatening the global food and energy supply. Biden, OPEC+, and the SPR: His Search for Energy Ruination Cutting off his pretty nose to "punish" the Saudis.

На графемному рівні СТ також притаманне специфічне використання розділових знаків: знаки пунктуації можуть грати певну роль в процесі побудови стислого тексту, зокрема слід відзначити роль дужок, двокрапки, дефіса, трьох крапок, тобто розділові знаки є певним засобом економії, тому що замінюють більш об’ємні лексичні одиниці або цілі речення.

Сполучення різних шрифтів, наявність абзаців, рубрикація, нумерація, умовні значки відіграють важливу роль у компресії текстів, тому що сприяє швидкому й цілісному сприйняттю інформації читачем. Так, для коротких інформаційних повідомлень характерна компактність, вони зво-

дяться до одного абзацу, що є невід'ємною вимогою їхнього визначення:

Struggling on the battlefield in southern and eastern Ukraine, Russia felt war on its own territory on Sunday as more than a dozen explosions ripped through a Russian border region, and a series of blasts severely damaged the offices of Russia's puppet government in the Ukrainian city of Donetsk.

У тимчасово окупованому Донецьку пожежа у будівлі так званої «міської адміністрації» Росіяни повідомляють про «пряме влучання», унаслідок якого в будівлі нібито вибиті всі вікна та начебто згоріли три автомобілі.

Морфологічна структура стислих текстів перш за все спирається на перевагу іменників, тобто специфічне співвідношення використовуваних в них частин мови та, по-друге, спостерігається особливе функціонування найбільш значущих частин мови і їх категорій. Отже, практично у всіх стислих текстах найістотнішу роль грають іменники, наприклад:

Disney is suspending operations in Russia, the decision will affect the release and production of new products. Тут серед 10 знаменних слів 7 іменників, тобто 70%.

NATO plans to hand Ukraine weapons to fight against drones in the next few days, — says a NATO spokesman. It says the drones are from Russia. The drones are from Russia. The drones are from Russia. З 18 знаменних слів тут 12 іменників, тобто близько 67%.

Механізм стиснення тексту простежуємо також і нарівні синтаксису, де важливим є розмір, кількість і основні типи речень в стислих текстах, ступінь їх поширеності, особливості функціонування членів речення та деякі інші характеристики. За нашими спостереженнями, більшість стислих текстів складається з складносурядного безсполучникового речення, що охоплює від двох до п'яти частин, наприклад:

Elon Musk, the billionaire chief executive of SpaceX, abruptly reversed himself on Saturday, saying that his company would continue to fund the operation of the Starlink internet service in Ukraine, where it has become a digital lifeline for both soldiers and civilians (4 частини).

So-called "eyes" of the military-civilian administration of the Kherson region, Vladimir Saldo announced the "organized relocation" of civilians to the left bank of the Dniester and said that the evacuation to Russia will be given residential certificates (3 змістові частини).

Лінгвістична компресія також проявляється в англійській мові у вилученні окремих службо-

вих частин мови та допоміжних слів. Серед частин мови, що підлягають елімінації, слід назвати прийменники, сполучники, допоміжні дієслова, частку *to* перед інфінітивом та інші. Розповсюдженням є вилучення сполучників *and* та *or* між однорідними членами речення під час переліку відповідних понять, оскільки вони можуть бути легко замінені безсполучниковим зв'язком, або спеціальним графічним символом без втрати свого значення. Але ця риса не є типовою для нормовано стислих дайджест-новин.

В останні роки надзвичайно поширеними стали особливі лексичні одиниці в Інтернет-мові, що охоплює розмовну мову, мову співзвуччя, піктограми (смайлики) та аббревіатури. Назви деяких цифр і букв однакові зі словами, але їх набагато простіше і швидше написати:

The US Army has deployed two patriot air defense system batteries in Rzeszów airport, Poland.

Elon Musk announced that he will continue to fund the Starlink service in Ukraine.

Семантичний бік є, на наш погляд, найважливішим показником будь-якого стислого тексту. Еліпс тематичної частини повідомлення в стислих текстах посідає значно помітніше місце в кількісному плані в порівнянні з розгорнутим варіантом. Це стає можливим у тих випадках, коли у читача є певні фонові знання, позатекстова інформація. Під час стиснення початкового варіанту повного тексту має місце зворотний процес, тобто перш за все скорочення тематичної частини повідомлення, що є необхідною передумовою створення інформативного тексту. Наведемо приклад.

Taliban delegation arrives at St. Petersburg International Economic Forum – RosSMI. Terrorists have come to the terrorists. Читач добре знає, що як Талібан, так і путінська росія є визнаними терористами.

Stravinsky confirmed that he is on the front. We expect, GUP announced a reward for the one in the amount of \$100 000. Budanov today announced that "intelligence is known one of the places of the deployment of Girkin-Stravinsky, but we do not need it, it is needed in Gaza". We expect in the hands!

Читачеві, який постійно знайомиться з політичними новинами, добре відоме ім'я Гірка-Стрелкова, на якого чекає міжнародний суд у Гаазі за збиття цивільного літака.

Отже, аналіз низки стислих україномовних та англійських текстів дає змогу визначити їх головні спільні риси.

Висновки і пропозиції. Стислі тексти є особливим видом сучасної лінгвістичної творчості,

які не втрачають поширеності в усіх сферах людської діяльності. Їм притаманні численні ознаки як в плані вираження, так і в плані змісту. У стислих текстах спостерігаємо як кількісне, так і якісне скорочення. Для досягнення кількісного скорочення задіюють різноманітні графічні скорочення, умовні позначення, сучасні емоційні позначки (смайлики тощо), елімінацію зайвих слів, еліпс допоміжних лексико-синтаксичних одиниць. Якісні скорочення в СТ можуть досягатися за допомогою специфічного співвідношення частин мови, в першу чергу за рахунок зазначеного вище еліпсу службових слів, в укра-

їнській мові більш інформативно насичені форми непрямих відмінків витісняють форми називного відмінка; в цілому переважають більш прості за складом і значенням граматичні категорії. Семантична компресія в СТ досягається завдяки використанню наявної у читача фонові підтекстової інформації. Створення особливого комунікативного феномена – стислого тексту – можна вважати проявом творчої мовленнєвої діяльності суб'єкта. Перспективу дослідження вбачаємо у проведенні кількісних порівнянь співвідношення різних засобів стиснення тексту в українській та англійській мовах.

Список літератури:

1. Камінський Ю. І. Комплементарна єдність компресії та декомпресії в межах закону мовної економії. Вісник СумДУ. 2007. С. 109–112. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/14041695.pdf> (дата звернення: 14.09.2021).
2. Кузнецова М., Шибєко А. Прагматичний потенціал засобів текстової комунікації у соціальній мережі TWITTER. Наукові записки. Вип. 164. Серія «Філологічні науки». Кропивницький : Видавництво «КОД», 2018. С. 351–355.
3. Лисенко Н. О. Стислий текст у сучасному експресивному дискурсі. Англїстика та американїстика. 2017. Вип. 14. С. 40–45.
4. Мірошніченко І. Г. Лексико-граматичні засоби створення стислого тексту (на матеріалі українських мас-медіа). Наукові записки. Серія : Філологічні науки. 2014. Вип. 128. С. 251–255.
5. Панченко Е. И. Лингвистика сжатого текста (на материале современного русского языка): дисс. ... д-ра филол. н. : 10.02.02 – русский язык. Днепропетровск, 1998. 326 с.
6. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Киев: Фитосоциологический центр, 2002. 336 с.
7. Удовичька Т.А. «Кліпове мислення» молоді: особливості прояву в процесі навчання (до постановки проблеми). Вища освіта України: теорет. та наук.-метод. часопис. Дод. 1. Вип. 31. К., 2013. Том VIII (50). С. 407–416.
8. Шевчик К.Ю. Способы достижения сжатости текста учебника: форсированно и нормированно сжатые тексты. Лингвистика. Лингвокультурология. Збірник наукових праць. 2017. Том 11. С. 153–163.
9. Яковичена Н. Ю. Компресія номінативних одиниць у науково-технічному тексті у когнітивному і функціональному аспектах : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 «Російська мова». Дніпропетровськ, 2007. 239 с.
10. Danah Boyd, Scott Golder, Gilad Lotan. Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter [Electronic resource]. 2010. Access mode: <http://www.danah.org/papers/TweetTweetRetweet.pdf>
11. Lyman P., Varian H.R. How much information. Release of the University of California. Oct. 27, 2003.

Panchenko O. I. CONTEMPORARY UNDERSTANDING OF COMPRESSED TEXT (ON THE MATERIAL OF UKRAINIAN AND ENGLISH)

Conciseness and at the same time clarity of language and speech have always been and are features of quality communication. The purpose of the article is to provide the definition of compressed text in modern conditions and to compare its construction in the Ukrainian and English languages. For this aim, the methods of analysis and synthesis of linguistic literature on related problems, accumulation of factual material and descriptive method during the analysis of results are applied. The following definition is suggested: a compressed text is a complete semiotic form of psycho-speech-thinking human activity, conceptually and structurally organized, which is a pragmatically directed mediator of communication in conditions of economy of mental and material efforts, created by shortening a complete previous work or from the beginning a short construction, intended as needed for further expansion into a larger text. The factual material of the article is the texts of short Internet messages on Telegram channels on a similar topic in English and Ukrainian. 100 samples of such texts were analyzed and several their common and differentiating features were determined. Compressed texts are a special type of modern linguistic creativity, which do not lose their prevalence in all spheres of human activity. They are characterized by numerous features both in terms of form and in terms of content. In compressed texts, we

observe both quantitative (graphical abbreviations, conventional signs, modern emotional symbols (smileys, etc.), elimination of redundant words, ellipsis of auxiliary lexical and syntactic units) and qualitative (specific ratio of parts of speech, preference for grammatical elements simpler in composition and meaning categories) reduction. Semantic compression in compressed texts is achieved due to the use of background subtext information available to the reader. The creation of a special communicative phenomenon – a compressed text – can be considered a manifestation of the subject's creative speech activity. The perspective of the research is to carry out quantitative comparisons of the ratio of different means of text compression in the Ukrainian and English languages.

Key words: *text, compressed text, compression, shortening, ellipsis.*

Пацко С. В.

Відокремлений структурний підрозділ ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

Рябокін Н. О.

Відокремлений структурний підрозділ ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

АНГЛОМОВНІ ХУДОЖНІ ЗАСОБИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ. МЕТАФОРА, ПОРІВНЯННЯ ТА ГІПЕРБОЛА

*Важливим об'єктом дослідження сучасної лінгвостилістики є художні мовно-виразові засоби (тропи), що відіграють значну роль у творенні мовної картини окремого індивіда і певної спільноти людей, а також відображають мовні традиції певної епохи загалом. Художні засоби до яких зокрема належать метафори, порівняння, гіпербола та інші засвідчують значні можливості мови у сполучуваності слів, є одним із виявів мовного багатства. Вони допомагають вирізнити певний предмет чи явище з переліку однорідних, точніше передати думку, надають мові образності та емоційності. Власне тому вивчення художніх засобів має певні традиції в лексикології, лінгвостилістиці, теорії літератури. У нашій науковій розвідці ставимо за мету розглянути структурно-семантичні особливості англомовних тропів: метафори, порівняння, гіперболи у художньому англомовному дискурсі та особливості їх перекладу на українську мову. Було з'ясовано, що поняття метафори – художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей з одного предмета, явища на інші. Серед метафор розрізняють стерті (мертві), індивідуально-авторські, персоніфіковані, образні. Англомова метафора відтворюється українською мовою такими способами: словниковим відповідником із тим самим образом, метафоричним словом з іншим образом, неметафоричним словом із втратою образності. Також було визначено, що порівняння – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Порівняння можуть бути виражені структурно наступними варіантами: через слова like чи as; дієприслівниковими реченнями (сполучниками *as, as if, as though*); прикметниками в порівняльному ступені; дієприслівниковими словосполученнями, які мають прийменникові атрибути. Було проаналізовано троп гіперболу, який означає навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища і може бути виражений різними частинами мови: іменником, числівником, прислівником. Гіпербола як стилістичний прийом виконує такі функції: посилення виразності мови; підкреслення сказаної думки; посилення емоційного впливу на читача; яскраве виділення певної сторони зображуваного явища.*

Ключові слова: художні засоби, тропи, метафора, порівняння, гіпербола, художній переклад.

Постановка проблеми: Здійснити критичний аналіз спеціальної літератури з теми дослідження та розглянути метафори, порівняння, гіперболи, та їх основні диференційні ознаки; проаналізувати структуру та семантику тропів; з'ясувати вплив жанрової належності художнього тексту на функціонування художніх засобів; дослідити різні класифікації тропів та процесі їх утворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи проблеми вивчення англомовних художніх засобів розглядалися у працях філологів-лінгвістів: В.М. Веселовського, Онопрієнко Т.Н., Галган Н.П., В.І. Карабана, І.В. Корунця,

Кухаренко В.А., Мацько Л. І. Лінгвостилістичною епітета, зокрема займалися Єфімов Л.П., Т.А. Палей, В. Жирмунський, О.В. Ємець, Zoltán Kövecses, присвячували свої лінгвістичні праці історії тропів.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на те, що художні засоби тривалий час є об'єктом наукового зацікавлення філологів, проте залишається ще багато проблем, які потребують детального вивчення. Вони носять характер ідейно-естетичного збагачення. Іншою назвою художніх засобів є тропи, які не існують самі по

собі, а обов'язково несуть художнє навантаження. Художні засоби у моделюванні світу автора, перекладача мають задачу поглибити інтерес читача до твору. Актуальність роботи зумовлена і тим, що вона ще недостньо висвітлена віукраїнському перекладознавстві.

Мета статті. Розглянути структурно-семантичні особливості англійських тропів: метафори, порівняння, гіперболи у художньому англійському дискурсі та особливості їх перекладу на українську мову.

Виклад основного матеріалу. Спочатку розглянемо поняття метафори. Проблематика метафори та процесу метафоризації, її перекладу залишаються актуальними і в наші дні. Поняття метафори можна охарактеризувати як художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей із одного предмета, явища на інші. Саме метафоризація полягає у розумовому процесі, що об'єднує декілька сфер та дозволяє їм обмінюватися поміж собою різними характеристиками.

Н.Д.Арутюнова стверджує, що у процесі вивчення метафор головне значення відводиться основним лексичним значенням слова [1; с. 147–173]. Вона не може бути «скороченим» порівнянням, тому посідає синтаксичне місце, призначене для предиката («факіл неба цвіте глечиками хмар» – Василь Голобородько). Це перехід інтуїтивного осяяння у сферу раціональних понять. І що далі знаходяться один від одного протиставні розряди об'єктів, то яскравіша метафора, яка прагне на відміну від символу, зосередитися в образній оболонці: «*Стіни стоять замріяно...*», «*He gave me a cold look*» [3; с. 54].

Серед метафор розрізняють *стерті (мертві), індивідуально-авторські, персоніфіковані, образні*.

Стерті – це ті, які вийшли з активного вживання: *немов пересунув пішака з однієї клітки на іншу*.

Індивідуально-авторські – це ті, які притаманні конкретному автору та висвітлюють його індивідуальний стиль, самотність, оригінальність: *у її голосі відчувався дзвін грошей*.

Образні – це ті, які містять у собі конкретні форми і зміст, емоційно наповнені: *час летить*.

Персоніфіковані – це ті, які уособлюють собою певний суб'єкт/об'єкт, створюють ефект олюднення: *лисичка говорить*.

Метафори утворюються формою (*круглий стіл*), функцією (*двірник у машині*), місцезнаходженням (*хвіст потягу*), кольором (*жовта преса*).

У процесі метафоризації метафоричний образ слів може як співпадати, так і ні. Наприклад, у випадку метафоричного вживання слів «чорний» в українській мові та «*black*» в англійській.

чорна діра бюджету – *the black hole of budget*

чорна смерть (про чуму) – *Black Death*

чорна магія – *black art, delivery, diablerie, diabolism, necromancy, witchcraft*

чорна візитка – *сл. shooter*

чорна металургія – *iron industry*

згряя бандитів – *black hands*

злі погляди – *black looks*

кров'яна ковбаса – *black pudding*

Окрім того, наприклад, *бюджетні гроші, що використовуються не за призначенням* – *black bug funds*.

Методи перекладу український метафор англійською мовою:

1) Словниковим відповідником із тим самим образом: *чорний список* – *black book, blacklist*, *чорний ринок* – *black market*.

2) Метафоричним словом з іншим образом: *тіньова економіка* – *black economy*, *живий розум* – *agile mind*, *занепалий духом* – *heartsick*, *зелений юнак* – *unlicked cub*, *сріблястий сміх* – *ripple of laughter*, *сережка (на вербі)* – *pussy*.

3) Неметафоричним словом із втратою образності: *чорна робота* – *menial work, unskilled labo(u)r, common labo(u)r*.

Слід мати на увазі, що при перекладі на англійську мову метафоричні слова можуть трансформуватися на україномовні неметафоричні варіанти. Наприклад, *мороз без інею* – *black frost*; *боягуз* – *rabbit*; *трудівник* – *son of toil*; *отрута* – *black bottle*; *сум, нудьга* – *black dog*. Тому при перекладі українських лексичних елементів у функції засобу стилістичної компенсації (тобто вживання одних стилістичних елементів замість інших в іншому місці тексту перекладу) можна вживати метафоричні слова замість українських неметафоричних слів.

У випадку мовних (*неавторських*) метафор для надійного перекладу використовуються словники. Переклад даного типу метафор є складнішим оскільки передбачає гарне відчуття мови, розуміння при перекладі того, що метафора-відповідник є можливою в оригіналі з тим чи іншим образом.

Метафори, вжиті у словосполученнях моделі метафоричний іменник + а не + іменник або не + іменник, а + метафоричний іменник звичайно перекладаються of-фразами:

не машина, а мрія – *a dream of a car*

диво, а не дитина – *a duck of child*
не дівчинка, а лялечка – *a doll of girl*
орхідея, а не дівчина – *an orchid of a girl*.

Так само іноді можуть перекладатися **метафори-універби (однослівні метафори)**: *Володимир не сяє у розмовах; ми так ненавидимо «чоловіків-сорок» – Volodymyr does not shine in conversation; how we hate a magpie of a man* [3; с. 54–56].

Як можна побачити, при метафоричному позначенні людей у функції другого іменника в таких словосполученнях нерідко вживаються слова *man* або *girl* чи *woman*. Головне при перекладі метафоричного слова – це бути впевненим у тому, чи є метафоричний відповідник у мові перекладу, чи його немає, а також те, чи може певне слово мови перекладу як відповідник українського метафоричного слова вживатися метафорично і мати значення, тотожне українському [4; с. 311].

Наступний художній засіб, яким розглянемо – це порівняння. **Порівняння** – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Від інших метафор порівняння відрізняються тим що у зв'язку між кількома явищами використовуються такі слова як *like, as, so, then* та деякі інші. У той самий час метафори утворюють неявне порівняння, тобто щось просто має ознаки чогось іншого. Це очевидно з самої етимології слів. Порівняння *латинською similis – подібний*. Тоді як грецьке слово *metaphor* це – перенесення [5].

Прикладом використання порівняння в англійській літературі є твори «*A Red, Red Rose*» Роберта Бернса, де яскравим порівнянням є «*O My Luve's like a red, red rose.*». А також *Paradise Lost, a Homeric simile* Джона Мілтона :

*As when a prowling Wolf,
Whom hunger drives to seek new haunt for prey,
Watching where Shepherds pen their Flocks
at eve*

*In hurdl'd Cotes amid the field secure,
Leaps o'er the fence with ease into the Fold:
So clomb this first grand Thief into God's Fold*

Порівняння широко використовуються в британській комедії, особливо в епоху фарса 1960-х і 1970-х років. У комедії порівняння часто використовується в негативному стилі: «*він був дурний, як кисть*» – «*he was as daft as a brush*» [3].

Порівняння не порушує логічну композицію і це не впливає на стилістичне значення. Речення *John can run as fast as Jack* зберігає чітку конфронтацію між двома об'єктами. Деякі інші приклади порівняння:

John is older *than Sam*.
John behaves *like his father*.
John is not *so heavy as Sam*.

Словом Яринка стала панночкою, *як її приятельки, сусідки з інших сіл*.

Іван Захарович знає це краще, *ніж будь-хто*.

Порівняння можуть бути виражені структурно наступними варіантами:

1. Через слова *like* чи *as*: *Rosa is as beautiful as a flower. Paula is like a fairy*.

2. Дієприслівниковими реченнями (сполучниками *as, as if, as though*): *Robin looked at Sibil as a mouse might lool a cat.*

Viola behaves as if she were child.

3. Прикметники у порівняльному ступені: *Roy behaved worse than a cutthroat*.

4. Дієприслівникові словосполучення, що містять прийменникові атрибути: *With the quickness of a cat, Samuel climbed up the tree*.

5. Коли порівняння не явне, бо немає формальних ознак: *Odette had a strange resemblance to a captive bird*.

Комунікативною функцією порівнянь є те, що це широко вживаний та ефективний метод виразності мови. І чим більш неочікуване порівняння двох предметів чи явищ тим троп більш багатий у художньому плані [6].

Отже, проводячи аналіз спеціальної літератури можна зробити такі висновки щодо порівнянь:

– Порівняння вимагає не такої сильної фантазії як метафора. Так як порівняння лише стверджує, що два предмети подібні. А метафора у свою чергу припускає, що один предмет або явище має ознаки іншого.

– Порівняння є одним з компонентів образу. Це процес пробудження ідей, місць, почуттів та різних інших зв'язків яскравим та ефективним способом.

– Образи використовуються як у письмовій, так і в усній комунікації в багатьох різних формах, від реклами до віршів та від чату і до живого спілкування.

– Порівняння, метафора і символ є основними тропами, і в результаті спілкування набуває творчої та життєвої якості, яка таким чином інакше впливає з істотного акту порівняння.

– Таким чином у процесі порівняння крапля дощу може стати кристалом, страх – прірвою, а ревності – чудовиськом.

– Використовуючи образи, інтерпретуються матеріальний світ і використовується мова для передачі художнього бачення.

Наступний троп – це гіпербола, яка означає навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища. Цей троп може бути виражений різними частинами мови. Так, наприклад, іменником (all, every, everybody, everything), числівниками (a million, a thousand), через прислівники (ever, never). Гіпербола посилює виразність мовлення [3; с. 46–47].

Художнє перебільшення може бути фінальним ефектом інших художніх засобів: метафори, порівняння, іронії.

Mary was scared to death.

Sam would give the world to see Dave again.

I beg a thousand pardons.

Pete knows everybody in the town.

Every single rascal tries to cheat the public here.

It was so noisy inside that you couldn't hear yourself think.

А сома... сома мені самому доводилося бачити такого завбільшки, як комбайн! Тільки трохи довшого.

Він такий голодний, що коня з'їсть.

Таким поглядом можна вбити.

Я вас чекав цілу вічність. Ви завжди забуваєте про час і ніколи не поспішаєте. Вас лише за смертю посилали.

Тато ж тебе сто разів просив не робити з мухи слона, а ти все життя усе перебільшуєш.

Дуже часто гіпербола використовується як засіб створення комічного ефекту в художньому тексті, що допомагає розкрити багатство асоціативних відтінків поетичного мовлення, посилює та увиразнює його емоційне та оцінне забарвлення, вказує на домінуючі ознаки авторського стилю. Щодо видів гіперболи, то цей стилістичний прийом, як і інші тропи, буває загальномовним та індивідуально-авторським. Загальномовні гіперболи перейшли у розряд інтенсивів завдяки підвищеній частотності їх використання та набули яскраво вираженого номінативного характеру. Варто зазначити, що механізми створення індивідуально-авторських гіпербол та загальномовних доволі схожі і стимулюються однаковими процесами [4; с. 319]. Гіперболу досліджують ще з давніх часів, тому що вона є важливим елементом поезики. Існує багато поглядів із приводу лінгвістичного статусу гіперболи. Її розглядають як:

- 1) поетичну фігуру;
- 2) троп;
- 3) особливу властивість тропа;
- 4) стилістичний прийом.

Найчастіше гіперболу розглядають як різновид зворотів, в яких слова вживаються в перенос-

ному значенні і використовуються з метою підсилення емоційності та виразності мови.

Гіперболу як троп Арістотель розумів, називаючи її метафорою. Він стверджував, що при створенні гіперболи необхідно врахувати глибинне значення явища.

Проте гіперболу не можна плутати з простим перебільшенням, яке може виражати емоційний стан мовця. Наприклад, *I've told you fifty times* не є гіперболою, тобто стилістичним прийомом перебільшення, а лише таким перебільшенням, яке виражає емоційний стан мовця. У розмовній мові, яка завжди емоційно прикрашена, такі перебільшення є досить поширеним явищем: *I beg a thousand pardons; scared to death; tremendously angry; immensely obliged; I'll give the world to see him*. Їх іноді називають розмовними гіперболами. Такі гіперболи є надбанням мови. Перебільшення тут ґрунтуються, як правило, на взаємодії двох типів лексичних значень слів. Предметно-логічне значення слів *thousand, tremendously* набувають емоційного відтінку. Хоча гіперболи як стилістичний прийом та як виражальний засіб мови створюються за однією семантичною моделлю, все-таки вони відрізняються за змістом та функціями, які виконують. Гіпербола є наслідком процесів, які відбуваються у свідомості індивіда. Оскільки мова не володіє адекватними засобами вираження всього спектру духовних переживань людини, гіпербола допомагає проаналізувати навіть несвідомі на перший погляд вчинки. Таким чином, проявляється відношення індивіда до світу. Це особливо стосується писемного тексту і тут можна говорити про особливу мовну картину світу письменника. Але використання гіперболи у художньому творі загалом залежить від таких факторів як літературний напрям та жанр. І тут вже проявляється ідіолект окремого автора, який буде характеризуватися різною частотністю вживання стилістичного прийому гіперболи у художніх творах.

Гіпербола як стилістичний прийом виконує такі функції:

- 1) посилення виразності мови;
- 2) підкреслення сказаної думки;
- 3) посилення емоційного впливу на читача;
- 4) яскраве виділення певної сторони зображаного явища.

До семантичного поля гіперболи може входити лексика із суміжних тематичних груп, експресивні синоніми та синоніми, що виражають інтенсифікацію. Крім того, опорними словами для створення гіперболи можуть виступати нейтральні слова.

Щодо синкретизму гіперболи з іншими тропами, то цей стилістичний прийом тісно взаємодіє з порівнянням та метафорою. Порівняння та метафора можуть виконувати функції перебільшення, гіпербола ж приймає форму метафори чи порівняння. Взаємодія гіперболи з іншими тропами базується на співставленні несумісних у кількісному відношенні предметів та їх ознак. Основою такої взаємодії є використання семантичного механізму порівняння, що лежить в основі метафори та гіперболи, двох понять, котрі мають певні спільні ознаки та при цьому перебільшуються.

Висновки. Під час дослідження був проведений аналіз етимології та класифікації тропів (художніх засобів): метафори, порівняння, гіперболи. Поняття метафори можна охарактеризувати як художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей з одного предмета, явища на інші. Саме метафоризація полягає

у розумовому процесі, що об'єднує декілька сфер та дозволяє їм обмінюватися поміж собою різними характеристиками.

Порівняння – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Від інших метафор порівняння відрізняються тим що у зв'язку між кількома явищами використовуються такі слова як like, as, so, then та деякі інші. У той самий час метафори утворюють неявне порівняння, тобто щось просто має ознаки чогось іншого.

Гіпербола – це навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища. Цей троп може бути виражений різними частинами мови. Так, наприклад, іменником (all, every, everybody, everything), числівниками (a million, a thousand), через прислівники (ever, never). Гіпербола посилює виразність мовлення. Художнє перебільшення може бути фінальним ефектом інших художніх засобів: метафори, порівняння, іронії.

Список літератури:

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс. Лингвистиче-ский энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой [и др.]. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 147–173.
2. Веселовский А. Из истории эпитета. Историческая поэтика. М., 1989. С. 59–75.
3. Єфімов Л. П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз [Уч.-метод. посібн.]. Вінниця : Нова книга, 2004. 240 с. (англ. мовою)
4. Карабан В.І., МейсДж. Переклад з української мови на англійську мову. Вінниця. Нова Книга, 2003.
5. Кухаренко В.А. Практикум з стилістики англійської мови (англ. мовою). Вінниця. Нова Книга. 2000.
6. Merriam-Webster Dictionary: <https://www.merriam-webster.com/>

Pashko S. V., Riabokin N. O. ENGLISH ART MEDIA AND METHODS OF THEIR TRANSLATION. METAPHOR, SIMILE AND HYPERBOLE

An important object of research in modern linguistic stylistics is artistic language and expressive means (tropes). Artistic means, which include metaphors, similes, hyperbole, and others, testify to the significant possibilities of language in combining words, and are one of the manifestations of language richness. They help distinguish a certain subject or phenomenon from a list of similar ones, or rather convey an idea, give language imagery and emotionality. That is precisely why the study of artistic means has certain traditions in lexicology, linguistic stylistics, and literary theory. In our research, we aim to examine the structural and semantic features of English-language tropes: metaphors, similes, hyperboles in English-language artistic discourse and the peculiarities of their translation into Ukrainian. It was found out that the concept of metaphor is an artistic device (trope) characterized by the transfer of properties from one object or phenomenon to another. Among the metaphors, there are erased (dead), individually-authored, personified, figurative. The trope of hyperbole was analyzed, which means deliberate exaggeration of a certain quality of an object or phenomenon and can be expressed by different parts of speech: a noun, a numeral, an adverb. Hyperbole as a stylistic technique performs the following functions: strengthening the expressiveness of speech; emphasizing the said thought; increased emotional impact on the reader; bright selection of a certain side of the depicted phenomenon.

Key words: artistic means, tropes, metaphor, simile, hyperbole, artistic translation.

Подоляк М. В.

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

**СЛОВОТВОРЧІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО
ВЕТЕРИНАРНОГО ТЕРМІНА**

Висококваліфікований фахівець ветеринарної медицини повинен добре знати сучасну ветеринарну термінологію. Діагностика станів тварин, хворіб та їх лікування, препарати – все це належить до сфери ветеринарної термінології. Більшість ветеринарних термінів різних мов світу мають латинське і грецьке походження. Тому, знаючи добре ветеринарні терміни українською мовою, ветлікар може зрозуміти і більшість термінів англійською мовою. Останніми роками англійська ветеринарна термінологія була збагачена різноманітними сучасними термінами. Це здебільшого зумовлювало появу нових ветеринарних термінів у світі, і в англійській та українській мовах зокрема, які виконують функцію позначення нових явищ у ветеринарній медицині. Мета нашої статті полягає в дослідженні та аналізі основних словотворчих методів ветеринарної термінології англійської мови. Основними елементами, які утворюють нові терміни є грецькі та латинські терміноелементи. Принагідно роз'яснимо, що терміноелементи – це компоненти складного терміна зі чітким значенням та можливістю утворювати декілька термінів одного змістовного ряду. Серед основних методів утворення термінів в англійській мові виокремлюємо деривацію, тобто префіксальний, суфіксальний та кореневий. Корені слова є основними словотворчими одиницями в англійській мові. Корені можуть мати власне значення та існувати незалежно від інших словотворчих елементів, тобто без суфіксів, префіксів чи закінчень. Вони можуть виступати самостійно як термін, так і бути частиною терміна. Найчастіше вживаними префіксами в англійській мові є префікси латинського або грецького походження. Часто латинські префікси можуть поєднуватися з грецькими коренями або основою і навпаки. Суфікси, як словотворчий елемент у ветеринарній термінології, не використовуються так часто як префікси. Проте вони також можуть створювати нові терміни та значення. В англійській мові суфікси прислужуються до кореня або кінця слова. Вони здебільшого позначають стани, процедури, назви хворіб, діагностичні методи тощо. Також досить популярний спосіб творення термінів в англійській мові є шляхом аббревіації. Проте варто зазначити, що такий спосіб не створює нові терміни, з новим значенням, а децю змінює їх, при цьому залишаючи семантичне поле однаковим. Тобто по-суті відбувається скорочення написання та вимови термінів.

Ключові слова: англійський ветеринарний термін; утворення ветеринарного терміна; префікс; суфікс; корінь.

Постановка проблеми. Кваліфікований та успішний ветеринарний лікар повинен добре володіти сучасною ветеринарною термінологією. Діагностика станів тварин, хворіб та їх лікування, препарати – все це належить до сфери ветеринарної термінології. Більшість ветеринарних термінів, як і медичних, є подібними в більшості мов світу, оскільки вони мають подібну етимологію – грецьку та латинську. Тому, знаючи добре ветеринарні терміни українською мовою, ветлікар може зрозуміти і більшість термінів англійською мовою.

Впродовж останніх десятиліть англійська ветеринарна термінологія була збагачена різноманітними термінами. В першу чергу це зумовлено значним технологічним стрибком у світі.

З'явилися нові матеріали, методи лікування, хвороби тощо. Це здебільшого зумовлювало появу нових ветеринарних термінів у світі, і в англійській та українській мовах зокрема, які виконують функцію позначення нових явищ у ветеринарній медицині.

Лінгвістичні особливості утворення ветеринарних термінів-неологізмів здебільшого базуються на вже добре знаних правилах та засадах. До них відносимо префіксальний, кореневий та суфіксальний методи. Проте з'явилися також і нові методи утворення ветеринарних термінів в англійській мові. Для успішної та ефективної роботи ветеринарного лікаря він повинен не лише знати основні ветеринарні терміни, а також і способи їх утворення та написання.

Мета нашої статті полягає в дослідженні та аналізі основних словотворчих методів ветеринарної термінології англійської мови.

Аналіз останніх досліджень та публікацій засвідчує, що питанням ветеринарної термінології займалися такі вчені: Е. Мишак, Ю. Рожков, О. Сиротін, І. Карбовнік, І. Вакулик, Дмитрук, В. Лисенко та інші. Особливостями перекладу ветеринарної термінології на німецьку мову займалася С. Амеліна; Т. Череповська та О. Бінкевич досліджували основні способи утворення англійських ветеринарних термінів та методи їх навчання.

Виклад основного матеріалу. Англійська ветеринарна термінологія, як і українська, в більшості складається з термінів грецького та латинського походження. Словотвір таких термінів відбувається з використанням переважно префіксів, суфіксів та коренів грецького та латинського походження. Окрім цього існують також і запозичення з інших мов (французької, німецької, африканських мов), проте їх не так багато, в порівнянні до грецьких та латинських, і вони здебільшого позначають назви тварин та хворіб. Виходячи з цього дуже важливим аспектом процесу вивчення ветеринарних термінів є попереднє або синхронне вивчення студентами латинської мови, а саме лексики, яка стосується ветеринарної медицини.

Погоджуємося з твердженням Т. Череповської та О. Бінкевич, що більшість ветеринарної термінології походить від латинських та грецьких термінів. Дослідниці зазначають, що більшість з них були адаптовані та прийняті сучасними європейськими нормами [14, с. 311]. Подібне твердження знаходимо і в Ю. Рожкова, який стверджує, що в минулому медичні терміни здебільшого формувалися морфологічно, за допомогою латинських та грецьких компонентів [4, с. 137].

Основними елементами, які утворюють нові терміни є грецькі та латинські терміноелементи. Принагідно роз'яснимо, що терміноелементи – це компоненти складного терміна зі чітким значенням та можливістю утворювати декілька термінів одного змістовного ряду. Наприклад, *cardiovascular* – *серцево-судинний* – від *cardio* – *серце*, а *vascular* – *судинний*; *polyuria* – *часте сечовиділення* – від *poli* – *часто*, *uria* – *сечовиділення*. В англійському словотворі найчастіше терміни утворюються використовуючи префікси, суфікси та корені латинського або грецького походження.

Як вже зазначалося, серед основних методів утворення термінів в англійській мові виокремлюємо деривацію, тобто префіксальний, суфік-

сальний та кореневий. Подібне твердження знаходимо і в Ю. Рожкова, який зазначає, що найчастіше медичні терміни утворюються шляхом деривації [4, с. 138]. Варто також зауважити, що способи творення термінів підпорядковуються основним правилам загального словотворення в англійській мові.

Корені слова є основними словотворчими одиницями в англійській мові. Корені можуть мати власне значення та існувати незалежно від інших словотворчих елементів, тобто без суфіксів, префіксів чи закінчень. Вони можуть виступати самостійно як термін, так і бути частиною терміна. Ю. Рожков називає такі словотвірні афікси префіксоїдами або псевдопрефіксами – які мають певне приховане значення, проте не використовуються як самостійні [4, с. 138].

В англійській ветеринарній та медичній термінології корені здебільшого позначають органи або системи тіла [14]. Наприклад: *cardi/o* означає *серце*, *cephal/o* – *голова*, *derm* – *шкіра*, *gastr/o* – *шлунок*, *hem/o* – *кров*, *arterio* – *артерії*, *hepat/o* – *печінка*, *nephr/o* – *нирки*, *oste/o* – *кістки*, *ophthalm/o* – *очі*, *bronch* – *бронхи*, *arthr* – *зв'язки*, *col/o* – *товста кишка*, *encephal/o* – *мозок*, *hist/o* – *тканини*, *neur/o* – *нерви*, *ur/o* – *сечовивідні органи*, *rhin/o* – *ніс*, *abdomino* – *живіт*, *cyto* – *клітина*, *intestino* – *кишковий*, *pulmo* або *pneumo* – *легені*, *onco* – *рак*, *пухлини*, *cranium* – *череп*, *adipo* – *жир*, *жирова тканина*. Деякі корені можуть поєднуватися зі суфіксами або префіксами грецького та латинського походження та утворювати нові терміни або доповнювати значенням, наприклад: *-aesth-* (*anaesthesia* – *анестезія*), *-aem-* (*anaemia* – *анемія*), *-phyt-* (*phytotherapia* – *фітотерапія*), *-pharm-* (*pharmacology* – *фармакологія*).

Префіксальний спосіб словотворення – це процес приєднання префікса до основи або кореня слова. При утворенні таких термінів, слово набуває нового значення. Найчастіше вживаними префіксами в англійській мові є префікси латинського або грецького походження. Часто латинські префікси можуть поєднуватися з грецькими коренями або основою і навпаки.

За семантичною структурою виділяємо такі найчастіше вживані префікси в англійській мові:

Префікси на позначення органів: *cardia-* *серце* (*cardiomegaly* – *збільшення маси серця*; *cardiovascular* – *серцево-судинний*); *col-* *кишківник* (*colostomy* – *колостомія* – *отвір в товстій кишці*; *colitis* – *коліт* – *запальне ураження слизової оболонки товстої кишки*; *colectomy* – *колектомія* – *видалення всієї або частини товстої кишки*); *cyst-*

сечовий міхур (*cystitis* – *цистит* – запалення слизової оболонки сечового міхура; *cystoscopy* – *цитоскопія* – дослідження сечового міхура); *gastr*– шлунок (*gastritis* – *гастрит*; *gastroscope* – *гастроскопія*); *haem*– кров (*haematology* – *гематологія* – наука про кров; *haematuria* – *гематурія* – виділення крові з сечею); *hepat*– печінка (*hepatocyte* – *гепатоцит* – основна клітина печінки; *hepatitis* – *гепатит*); *mast*– груди (*mastitis* – *мастит* – запалення молочної залози; *mastectomy* – *мастектомія* – видалення молочної залози); *myo*– м'язи (*myocardium* – *міокард* – серцевий м'яз; *myopathy* – *міопатія* – порушення обміну речовин в м'язах; *myoma* – *міома* – доброякісне утворення, яке розвивається в м'язах матки); *per*– нирки (*pernephritis* – *нефрит* – запалення нирок; *pernephrotoxic* – *нефротоксичний* – препарати, які викликають структурно-функціональні порушення нирок).

Кількості: *hypo*– під, малого розміру, недостатній (*hypothalamus* – *гіпоталамус* – маленька ділянка мозку; *hypotension* – *гіпотензія* – низький тиск; *hypokalemia* – *гіпокаліємія* – низький рівень калію в організмі); *hyper*– надмірно, забагато (*hyperglycemia* – *гіпергліцинемія*; *hyperesthesia* – *гіперестезія* – надмірна чуттєвість); *multi*– багато (*multicell* – *багатоклітинний*, *multi-dose* – *багатодозовий*, *multiphase* – *багатофазовий*); *hemi*– половина (*hemiplegia* – *геміплегія* – функціонування однієї частини тіла); *bi*– два (*bilateral* – *двосторонній*); *olig*– рідкісний, малий (*oliguria* – *олігурія* – рідке сечовиділення); *hemi*– половина (*hemiplegia* – *геміплегія* – параліч частини тіла; *hemiparesis* – *геміпарез* – слабкість частини тіла).

Розташування: *meta*– після, позаду, зміни (*metabolism* – *метаболізм* – обмін речовин); *ecto*– назовні (*ectoderm* – *ектодерма* – первинна тканина, що формує покриви тіла; *ectoparasite* – *зовнішній паразит*); *endo*– всередині (*endoscope* – *ендоскоп*; *endoparasite* – *внутрішній паразит*); *inter*– між, поміж (*intercostal* – *міжреберний*); *intra*– всередину (*intramuscular* – *внутрішньом'язово*); *ad*– близько (*adrenal glands* – *надниркові залози*); *poly*– багато (*polyuria* – *поліурія* – часте сечовиділення; *polyreptide* – *поліпептид*); *sub*– під, мени ніж (*subcutaneous* – *підшкірний*; *subaortic* – *субортальний*; *subclinical disease* – *субклінічне захворювання*).

Статус, ознака та характеристика: *hydro*– пов'язане з водою (*hydronephrosis* – *гідронефроз* – надмірне збільшення нирки через слабкий відвід сечі); *anti/contra* – проти (*antidote* – *антидот*,

antibiotic – *антибіотик*, *antiseptic* – *антисептик*); *dys*– важкий, неправильний (*dysfunction* – *дисфункція* – неправильне функціонування, *dystrophy* – *дистрофія* – певне порушення функціональності); *ab*– негативне (*abnormal* – *ненормальне*); *a*-, *an*– без, брак чогось (*anuria* – *анурія* – затруднене сечовиділення); *mal*– ненормальний (*malformation* – *ненормально сформований*; *malfunction* – *ненормальне функціонування*; *malnutrition* – *недоїдання*); *per*– через (*percutaneous* – *через шкіру*); *un*– не (*unconscious* – *без свідомості*); *brady*– повільний (*bradycardia* – *сповільнене серцебиття*; *bradykinesia* – *сповільнені рухи*); *tachy*– швидко (*tachycardia* – *тахікардія*; *tachypnea* – *швидке дихання*).

Час, тривалість або частоту: *neo*– новий (*neonatal* – *новонароджений*; *neoplasm* – *новоутворення*); *post*– після (*postpartum* – *після народження дитини*; *post-traumatic* – *після травматичний*; *postanesthetic* – *після анестезійний*); *pre*– перед (*precancer* – *перед раковий*; *prenatal* – *перед народженням*); *re*– ще раз (*reinfection* – *ще раз інфікуватися*; *revaccination* – *ревакцинація* – ще раз вакцинуватися).

Суфікси як словотворчий елемент у ветеринарній термінології не використовується так часто як префікси. Проте вони також можуть створювати нові терміни та значення. В англійській мові суфікси приєднуються до кореня або кінця слова. Вони здебільшого позначають стани, процедури, назви хворіб, діагностичні методи тощо. Тому, за семантичною структурою суфікси в англійській мові можна поділити на:

Стани організму: *-algia*– біль (*neuralgia* – *невралгія* – біль в зоні іннервації будь-якого нерва; *myalgia* – *міалгія* – біль м'язів; *arthralgia* – *артралгія* – біль в суглобах; *mastalgia* – *масталгія* – біль молочної залози; *gastralgia* – *гастралгія* – біль живота); *-itis* – запалення (*conjunctivitis* – *кон'юнктивіт*; *gastritis* – *гастрит*; *colitis* – *коліт* – запалення товстої кишки; *mastitis* – *мастит* – запалення молочної залози); *-oedema* – надлишкова рідина (*lymphedema* – *лімфедема* – накопичення лімфатичної рідини у тканинах); *-lysis* – порушення, руйнування, не функціонування (*paralysis* – *параліч*; *cytolysis* – *цитоліз* – руйнування клітин; *hemolysis* – *гемоліз* – руйнування еритроцитів; *lipolysis* – *ліполіз* – розщеплення запасних жирів в організмі); *-osis* – стан організму або його складових (*fibrosis* – *фіброз* – ущільнення сполучної тканини; *nephrosis* – *нефроз* – захворювання нирок; *tuberculosis* – *туберкульоз*; *silicosis* – *силікоз* – хвороба дихальних органів, спричинена тривалим вдиханням силіцію); *-plasia* – збільшення

(*hyperplasia* – гіперплазія – збільшення органу; *fibroplasia* – фіброплазія – збільшення сполучної тканини).

Частини або елементи організмів: *-cyte* – клітина (*leukocyte* – лейкоцити; *erythrocytes* – еритроцити; *oncocyte* – онкоцит – тип клітин).

Процеси: *-ectasis* – розширення (*bronchiectasis* – бронхоектатична хвороба – виникнення розширень у бронхах; *hemangiectasis* – розширення кровоносних судин; *ureterectasis* – уретероектазія – розширення сечоводу); *-ectomy* – хірургічне видалення чогось (*cystectomy* – цистектомія – видалення частини або всього сечового міхура; *chondrectomy* – ходректomia – видалення хряща).

Хвороби або порушення функціональності організмів: *-pathy* – хвороба (*myopathy* – міопатія – хвороба м'язів; *neuroropathy* – невропатія – порушення функціонування нервів; *retinorathopathy* – ретинопатія – порушення зору); *-pnea* – дихання (*apnea* – апное – тимчасове припинення дихання; *tachypnea* – тахіпное – пришвидшене дихання); *-poiesis* – утворення (*hematopoiesis* – кровотворення; *uropoiesis* – уропоез – утворення сечі); *-oma* – пухлина, набряк (*hematoma* – гематома; *carcinoma* – карцинома – злоякісна пухлина епітеліальної тканини; *sarcoma* – саркома – злоякісна пухлина сполучної тканини).

Інші: *-scope* – спостереження (*microscope* – мікроскоп; *endoscope* – ендоскоп; *stethoscope* – стетоскоп); *-ology* – наука (*microbiology* – мікробіологія; *virology* – вірусологія; *cardiology* – кардіологія; *biology* – біологія); *-ism* – дія або стан (*metabolism* – метаболізм – обмін речовин; *embolism* – емболія – закупорення судин).

Як бачимо ветеринарну термінологію в англійській мові здебільшого утворюють за допомогою коренів, префіксів та суфіксів латинського та грецького походження. Проте також варто наголосити і на таких типах утворення ветеринарних термів в англійській мові як:

Складання основ: *cardiovascular* (від лат. *cardio* + *vascular*) – серцево-судинний, *gastrointestinal* (від грецького *γαστήρ* – *gastēr* живім та *ἔντερον* *énteron* кишківник) – шлунково-кишковий, *neurophysiological* (від грецького *νεῦρον* – нерв та *λογία* – знання) нейрофізіологічний, *pathoanatomical* (від лат. *patho* + *anatomy*) патолого-анатомічний, *abdominoscopy* (від лат. *abdomino* + *scopy*) абдоміноскопія, *cerebrospinal* (від лат. *cerebro* + *spinal*) спинномозковий, *immunotherapy* (від лат. *immuno* + *therapy*) імунотерапія. Варто наголосити, що в більшості випадків такий спосіб складання основ передбачатиме відмінювання

закінчення латинського або грецького кореня *cardi* – *cardio*, *intestine* – *intestine*, *abdominum* – *abdomino* ітд.

Проте, як зазначає І. Карбовнік, при утворенні ветеринарних термінів інколи вживається так звана несправжня основа або корінь іменника називного відмінка, наприклад: *microorganismus* – мікроорганізм, мікроб – утворений шляхом складання двох коренів *micro* та *organismus*; *protoplasma* – вміст клітини, утворюється шляхом складання *prot* та *plasma* [3, с. 163].

Префіксально-суфіксальний: *antibacterial* – антибактеріальний, *multifunctional* – багатofункціональний, *multicellular* – багатоклітинний, *hyochondriac* – інохондричний, *dysfunctional* – дисфункціональний.

Також популярний спосіб творення термінів в англійській мові шляхом аббревіації. Проте варто зазначити, що такий спосіб не створює нові терміни, з новим значенням, а дещо змінює їх, при цьому залишаючи семантичне поле однаковим. Тобто, по-суті відбувається скорочення написання та вимови термінів. Так, наприклад, щоб не говорити повністю терміносполучення *cardiovascular diseases* (серцево-судинні хвороби) воно скорочується до *CVD*, *Ultrasound Diagnostics* (Ультразвукова діагностика) до *USD*, *ECG* (електрокардіографія) до *Electrocardiography*, *ALT* (Аланін амінотрансфераза) – *Alanine Aminotransferase*, *AST* (Аспартат трансаміназа) – *Aspartate Transaminase*, *DVM* (доктор ветеринарної медицини) – *Doctor of Veterinary Medicine*, *ADF* (Кислотне мийне волокно) – *Acid Detergent Fiber*, *BW* (вага тіла) – *Body Weight*, *CSF* (Спинномозкова рідина) – *Cerebro Spinal Fluid* ітд.

Висновки. Отже, морфологія ветеринарного терміна є безперечно одним з найважливіших елементів вивчення та формування ветеринарних термінів англійської мови. Оскільки англійська мова належить до романської групи мов, тому більшість елементів, які утворюють нові англійські терміни, походять з латинської та грецької мов. Англійські ветеринарні терміни утворюються за допомогою префіксального, суфіксального та кореневого методів.

Корені слова є основними одиницями утворення нових термінів в англійській мові. Вони можуть існувати самостійно і бути власне терміном, або виступати частиною певного терміна. Префіксальний спосіб утворення англійських ветеринарних термінів використовує найчастіше префікси латинського або грецького походження. Латинські префікси можуть поєднуватися з грецькими коренями

і навпаки. Суфіксальний метод не є настільки поширеним у творенні нових ветеринарних термінів англійською мовою як префіксальний. Суфіксальним методом утворення нових ветеринарних термінів здебільшого позначають стани, процедури, назви хворіб, діагностичні методи. Досить

популярний метод утворення нових ветеринарних термінів є аббревіація. Даний метод найчастіше не створює нові ветеринарні терміни, а дещо змінює їх, залишаючи значення здебільшого однаковим. Таким чином відбувається скорочення написання та вимови термінів.

Список літератури:

1. Амеліна С.М. Особливості перекладу ветеринарної лексики з німецької та англійської мов українською. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. Київ: Видавництво НУБіП України. 2015; 215 (1): 130–135 с.
2. Вакулик І.І. Сучасні ветеринарно-медичні терміни як презентанти анатомічної номенклатури. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Кривий Ріг. 2013; 9: 66–73 с.
3. Карбовнік І.В. Латинська клінічна ветеринарна термінологія. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. 2018; т.20, №86: 161–166 с. doi: 10.15421/nvlvet8631
4. Рожков Ю.Г. Труднощі перекладу ветеринарної лексики з англійської на українську мову (на матеріалі довідників з анатомії свійських тварин). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019; 41(1): 137–140. с. 12
5. Словник іншомовних слів. Режим доступу <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=17955&action=show> (дата звернення 14.04.2022)
6. Aguwa C. Therapeutic Basis of Clinical Pharmacy In the Tropics, (4th ed.). Nigeria: Snaap Press Ltd. 2012: 431 p.
7. Black's Veterinary Dictionary. Ed. G.P. West. 14th edition with 220 illustrations. London: Adam & Charles Black. 1982: 902 p. 18
8. Fremgen B. and Frucht S. Medical Terminology: A Living Language, (6th ed.). USA: Pearson Education, Inc. 2016: 672 p.
9. Kluwer W. Medical Terminology Made Incredibly Easy!, (3rd ed.). USA: Lippincott Williams & Wilkins. 2009: 434 p.
10. Merriam-Webster Dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/term> (дата звернення 04.04.2022)
11. Online Etymology Dictionary. Available at: <https://www.etymonline.com/> (дата звернення 14.04.2022)
12. Roxanne Hawn Veterinary Vocabulary. Sounding it out. 2013. Available at: <https://www.embracepetinsurance.com/waterbowl/article/veterinary-vocabulary> (дата звернення 10.04.2022).
13. Saunders Comprehensive Veterinary Dictionary. Ed. D.C. Blood. 3rd edition. Saunders Ltd. 2006: 2184 p. 19
14. Tetiana Cherepovska, Olena Binkevych. Morphological peculiarities of veterinary terminology in the context of teaching english for specific purposes. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»:серія« Філологія». Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73), березень. С. 310–312.

Podoliak M. V. WORD-FORMING FEATURES OF THE ENGLISH VETERINARY TERM

A highly qualified specialist in veterinary medicine must be well-versed in modern veterinary terminology. Diagnosis of animal conditions, diseases, and their treatment, drugs – all this belongs to veterinary terminology. Most veterinary terms in various world languages have Latin and Greek origins. Therefore, having a good knowledge of veterinary terms in Ukrainian, a veterinarian can understand most of the terms in English. In recent years, various modern terms have enriched English veterinary terminology. This mostly led to the emergence of new veterinary terms in the world, and in English and Ukrainian languages in particular, which perform the function of designating new phenomena in veterinary medicine. Our article aims to research and analyze the main word-forming methods of veterinary terminology in the English language. The main elements that form new terms are Greek and Latin term elements. It needs to be explained that term elements are components of a complex term with a clear meaning and the possibility of forming several terms of the same meaningful series. Among the main methods of forming terms in the English language, we distinguish derivation, i.e., prefix, suffix, and root. Root words are the basic word-forming units in the English language. Roots can have their own meaning and exist independently of other word-forming elements, that is, without suffixes, prefixes or endings. They can act independently as a term or be part of a term. The most frequently used prefixes in the English language are prefixes of Latin or Greek origin. Latin prefixes can be combined with Greek roots or

bases and vice versa. As a word-forming element in veterinary terminology, suffixes are not used as often as prefixes. However, they can also create new terms and meanings. In English, suffixes are attached to the root or end of a word. They primarily denote conditions, procedures, names of diseases, diagnostic methods, etc. In addition, popular is the way of creating terms in the English language utilizing abbreviations. However, it is worth noting that this method does not create new terms with a new meaning but changes them somewhat while keeping the semantic field the same. Thus, the writing and pronunciation of terms are shortened.

Key words: *English veterinary term; formation of a veterinary term; prefix; suffix; root.*

УДК 811.327.82:001.18

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/41>**Пономаренко О. В.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Задоріжна Н. І.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРС З ЛЮДСЬКИМ ОБЛИЧЧЯМ: НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

У статті теоретизується на тему сучасного канону дипломатичного дискурсу в контексті його невинної еволюції та модифікації – у відповідності та у відповідь на виклики сучасного світового суспільства. Стверджується, що на сьогодні загалі процеси, які відбуваються як у межах однієї країни, так у масштабі міжнародних і міждержавних відносин, залишають свій відбиток на різних сферах життєдіяльності людини. Дипломатичний дискурс який обслуговує мовну та мовленнєву взаємодію професіоналів однієї з таких галузей, оперативно реагує на трансформації глобалізованого суспільства. Зокрема, поступово змінюються його граматичні конструкції – шляхом спрощення та граматичного прояву особи мовця. Значно стрімкішими є зміни лексичної системи. Йдеться про виявлені множинні випадки запозичення лексичних одиниць, які традиційно вважалися формотворчими інших суміжних або віддалених – видів дискурсу. Як приклад наведено цитати з медичного дипломатичного дискурсу, екологічного дипломатичного дискурсу та військового дипломатичного дискурсу. Наведено термінологічні аналоги. Нарешті, відзначено, що наразі помітною є і модифікація загальної порушеної тематики (за рахунок розширення, диверсифікації та міждисциплінарних вкраплень), зменшення таємничості та кількості протокольних зворотів. Водночас, відзначається наближення дипломатії до широких мас, руйнування бар'єру неприступності. Перспективи дослідження вбачаються у відстеженні появи новітніх підвидів дипломатичного дискурсу, їх описові, систематизації та класифікації. Це уможливить актуалізацію трендів і тенденцій розвитку не лише окремого виду дискурсу, але й національних мов у цілому. Нарешті, кількарічне спостереження за актуальними тенденціями розвитку дипломатичного дискурсу дозволить скласти цілісну уяву про його сучасний канон.

Ключові слова: дипломатичний дискурс, дипломати, зміни, сучасні тенденції і тренди.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Глобальні трансформації останніх років засвідчили, що жодна наука та жодна сфера життєдіяльності людини в цілому не існують відокремленого від інших. Відтак, усі процеси у суспільстві є тісно переплетеними, взаємозалежними, з чітко маркованими міждисциплінарним і, навіть, міжкультурними зв'язками.

Ця теза справджується і для дипломатичного дискурсу, котрий пройшов шлях відмежування від політичного в окремий інституційний вид дискурсу... здається, лише для того, щоб розвинути і в собі весь спектр конгломератного (термін О.В. Пономаренко). Справді, сучасний канон дипломатичного дискурсу засвідчує використання його ключовими учасниками лексичних одиниць

і клішованих виразів низки суміжних і несуміжних дискурсів, а також застосування комунікативних стратегій і тактик, притаманних спорідненим і неблизьким дискурсам. Аналогічно, граматичні форми дипломатичного дискурсу сьогодення більше не є високопротокольними, забюрократизованими та сталими. В них убачається наближення до щоденного – чи-то буденного – спілкування, «розвіювання» таємниці – у розумінні розкриття особистості мовця, зниження відстороненості (менша частотність уживання займенника «ми», безособових і пасивних конструкцій).

До кола наших наукових інтересів входить спостереження за динамікою еволюції дипломатичного дискурсу країн романського та германського мовних ареалів, з особливим акцентом уваги на його розвитку в першій чверті ниніш-

нього століття. Відтак, окреслені вище тенденції є нашою позицією, що засновується на аналізі мовлення професійних дипломатів Англії США, Італії, Іспанії, Франції, Аргентини, та може бути лаконічно схарактеризована як *наближення до широких мас* як вітчизняного, так і світового суспільства, *втрата безпристрасності* у висловлюваннях, *набуття* дипломатичним дискурсом *ознак щирої зацікавленості та занепокоєння* подіями, які цей дискурс описує, а також істотної зростаючої *диверсифікації тематики та взаємодії з іншими дискурсами* – як відповідь на виклики реалій життя.

Звідси випливає необхідність продовжувати ретельне (скрупульозне) й достеменно дослідження дипломатичного дискурсу в контексті його інтеракцій більш чи менш віддаленими дискурсами – у межах панівного міждисциплінарного підходу до аналізу комунікативних явищ сучасної лінгвістики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи стан дипломатичного дискурсу (*надалі – ДД*) кінця першої чверті ХХІ століття, напрацьовані підходи його вивчення та поетапне розв’язання задач, які постають перед науковцями, автори статті спираються на основоположні та сучасні праці. Серед них, зокрема, варто відзначити внесок таких лінгвістів як Т. Бочіна (окремі жанри ДД) [26], О. Бріченкова та О. Бутська (сучасні напрямки розвитку ДД) [16], Т. Волкова (особливості перекладу) [3], Н. Гупта (модифікація ДД під впливом нагальних проблем, пов’язаних із навколишнім середовищем) [19], Т. Зонова (еволюція та актуальний стан; спроба побудови сучасної моделі ДД) [5], Е. Карвайо (багатоаспектне дослідження ДД) [17], Н. Кашишин (номенклатура, терміносистема, промови дипломатів і політичні лідерів) [6], І. Кікбуш (зміни у дипломатичному дискурсі під впливом викликів світового медично/санітарно релевантного значення) [21], О. Кожетева (вироблення дефініції та пошук місця серед інших дискурсів; класифікація ДД) [7], Дж. Курбалія (віртуальний ДД у контексті Ковід-пандемії) [20], О. Метеліца (лінгвосеміотичний простір) [9], І. Пахомова (актуальні тенденції у ДД) [16], О. Пазинич (дипломатичні папери, особливості дипломатичного листування) [10], І. Садикова (жанрова палітра ДД) [3], Н. Станко (особливості функціонування дипломатичного дискурсу) [26], Л. Терентій (загальна характеристика

ДД; промови лідерів; взаємозв’язок з політичним дискурсом) [13], В. Яппарова (жанрове розмаїття ДД) [26] та інші.

Попри наявність істотної кількості публікацій, які описують, і навіть досить детально, окремі аспекти дипломатичного дискурсу, досі не існує всеохоплюючої наукової розвідки, котра б сформувала загальну картину сучасного дипломатичного дискурсу. Відтак, убачається, що опис мовних і мовленнєвих інтеракцій дипломатів із урахуванням екстралінгвальних чинників є комплексною проблемою для філологів, які цікавляться цим напрямком лінгвістичних досліджень. Натомість, **однією з невирішених**, і, водночас, актуальних **частин вивчення дипломатичного дискурсу** в цілому, яку дозволяють розкрити рамки наукової статті, є **визначення сучасних тенденцій розвитку мовної взаємодії дипломатів**.

Засновуючись а цій тезі, формулюємо **цілі цієї статті** (постановку завдання) таким чином: конкретизувати основний вектор розвитку дипломатичного дискурсу наприкінці ХХІ століття, окреслити провідні тенденції і тренди, які визначають його типові риси та основні властивості, а також ознаки та характеристики усного та писемного мовлення сучасних дипломатів.

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням здобутих наукових **результатів**. Дипломатичний дискурс першої чверті ХХІ століття виявив досі нечувані та, здавалося б непритаманні риси. Досі вважалося, що мовлення дипломатів є своєрідним таємним кодом, сповненим завуальованих формул, переносних значень, підтекстів, прихованих і глибинних смислів. Це, якщо говорити про його зовнішні ознаки чи враження слухача, котрий не є кадровим і професійним дипломатом. З точки зору суто лінгвістичної значущості, дипломатичний дискурс був, до певної міри, легко аналізованим, з огляду на його передбачуваність, планованість і клішованість граматичних конструкцій, наперед змодельованих і часто повторюваних лексичних формул і сталих (усталених) виразів, традиційної номенклатури й типових лексичних одиниць. Власне всі ці характеристики лаконічно описувалися та підпадали під дефініцію «прокольних» фраз.

Однак, відомий крилатий вираз про те, що все постійно змінюється, наразі є надзвичайно актуальним для різних сфер людської діяльності. Власне, сучасне глобалізоване середовище з наскрізними

міждисциплінарними зв'язками та кореляціями вже не може не змінюватися на швидкості, ідентичній до тієї, що трансформує світове суспільство. Інакше будь-яка порція інформації «застаріває» чи, принаймні, перетворюється на не релевантну за короткий проміжок часу. Відповідно, висновки, зроблені на подібних неактуальних засновках, виявляються хибними. Аналогічно й з рішеннями, що приймаються, а також будь-якими іншими діями, вчиненими не дуже оперативно.

На практиці це означає, що дипломатичний дискурс, генерований сучасними професійними учасниками цього виду комунікації, повинен неодмінно «бути на рівні»: у розумінні питань, які порушуються, тематики, що обговорюється, форм і каналів зв'язку, котрими послугуються, стилю та манери спілкування тощо.

Дипломатичний дискурс виявив ознаки істотно пришвидшеної трансформації та переходу на «нетрадиційну» (досі немислиму, неочікувану чи неприйнятну) мовну та мовленнєву інтеракцію у відповідь на загальні глобалізаційні процеси у суспільстві та відчутну демократизацію. Як наслідок, з'явилося поняття «публічна дипломатія» (вона ж – громадська, суспільна) [2] дипломатія. Доречно зауважити, що кожному виду, типові чи різновидові дипломатії як цілеспрямованої міжнародної діяльності держави у контексті представлення та захисту її зовнішньополітичних національних інтересів. Відтак, поява публічної дипломатії породила публічний дипломатичний дискурс як важливу складову стратегічної комунікації, основним завданням якої є побудова належного (бажаного) іміджу як самої держави, так і її основних інституції на міжнародному рівні, закріплення значимих національних брендів у глобальному інформаційному просторі. Останній, у свою чергу, зазнав цифрових трансформацій і дигіталізувався. Як реакція на цю обставину виник цифровий (віртуальний, дигітальний, онлайн) дипломатичний дискурс; збільшилося його жанрове розмаїття за рахунок появи он-лайн версій традиційних дипломатичних документів і розвитку таких малих жанрів як електронний лист, твіт, ретвіт тощо. Поруч з цим виникло ще одне поняття – твіпломатія – з відповідним під дискурсом, який його обслуговує.

З іншого боку, задля реалізації множинних завдань дипломати були змушені розпочати тісніше спілкування з представниками інших суміж-

них (політична, зовнішньоекономічна тощо) і віддалених (екологічна, медична, освітня, наукова, спортивна тощо) сфер діяльності. Як результат такої взаємодії, дипломатичний дискурс розгалужився [12] за рахунок виникнення нових підвидів, співзвучних з панівними тенденціями та актуальними викликами, що постають перед світовим суспільством останніми роками, серед яких новітніми та злободенними є:

– медичний (санітарний) дипломатичний дискурс – як дії та мовні інтеракції дипломатів, спрямовані на сприяння кращим внутрішнім забезпеченню та координації забезпечення країни ліками, вакцинами, медичним обладнанням парамедичними засобами – за рахунок кооперації з міжнародними партнерами та напрацьованим зв'язками з колегами в інших державах. Цей вид дипломатичного дискурсу почав звучати частіше в пандемії та продовжує бути затребуваним в умовах воєн і подібних конфліктів, а також в осередках стихійних лих [7]. Інший напрямок – це обговорення сенсаційних подій, о стосуються аспекту медицини, ф мають світовий розголос:

Inmediatamente después de los incidentes, fuentes anónimas del Gobierno de EEUU afirmaron que los diplomáticos habían sido víctimas de “ataques acústicos” desde un dispositivo que funciona fuera del rango de sonido perceptible para los humanos. Otras informaciones anónimas sostenían que los científicos habían descubierto “anomalías en partes de la materia blanca del cerebro” de los diplomáticos [18].

– воєнний, військовий, мілітарний (квазі-мілітарний) дипломатичний дискурс (терміни О.П.); дипломатичний дискурс збройних конфліктів [15]. Ці синонімічні підвиди ДД обслуговують комунікативні ситуації, в яких дипломати намагаються запобігти чи сприяють урегулюванню збройних агресій, або, принаймні, максимально применшити їх нищівний вплив на суспільство. Яскравим прикладом множинного застосування «військової» лексики є цитата з інтерв'ю Міністра закордонних справ Італії:

«E chiaro che il nostro obiettivo è raggiungere la pace, ma non può esserci pace senza giustizia, dunque senza indipendenza di Kiev. È la difesa dei valori in cui crediamo, che ha un costo anche economico, come stiamo sperimentando, ma bisogna sempre partire da un dato: c'è un invasore e una parte che ha subito un'aggressione» [23].

– екологічний дипломатичний дискурс (він же нами – О.П. – іменований також «зелена» дипломатія, дипломатія навколишнього середовища, амб'єнтальна дипломатія, кліматична дипломатія). Зокрема, цей вид дипломатичного дискурсу порушує питання та аналізує вчинки, пов'язані з екологічною безпекою, залучаючи до діалогу на міжнародній арені широке коло учасників [1; 21]. Необхідність розвитку однойменної дипломатії та дискурсу виникла після усвідомлення сьогоденним світовим суспільством того факту, що навколишнє середовище не має кордонів, і почасти проблеми однієї країни чи регіону «розносяться вітром» навіть не на один континент. Влучною ілюстрацією стане уривок з виступу Б.Обами [17]:

“Today the American people can be proud because this historic agreement is a tribute to American leadership. Over the past seven years, we've transformed the United States into the global leader in fighting climate change. This agreement represents the best chance we have to save the one planet that we've got. He also said that no agreement is perfect, including this one. Even if all the initial targets set in Paris are met, we'll only be part of the way there when it comes to reducing carbon from the atmosphere” [18].

Як видно з прикладів, помічені тенденції не є рестриктивними чи притаманними виключно одній країні та їх дипломатичному дискурсу. Проникнення лексичних одиниць з інших сфер та галузей у світ дипломатичної комунікації, сприйняття цих нових елементів і їх активне використання професійними дипломатами, збагачення лексичного арсеналу ДД – аж до застосування лексики щоденного вжитку – є однакою зняття завіси камерності й таємничості довкола сфери міжнародної політики та міжнародних відносин, а також наближення дипломатії до широких мас, набуття нею «людського» обличчя.

Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку. Здійснений огляд функціонування дипломатичного дискурсу першої половини ХХІ століття в країнах романського та германського мовних ареалів дозволив зробити висновок про системний характер цього феномена, потужні міждисциплінарні зв'язки дипломатичного дискурсу; виявив провідні новітні підвиди та уможливив визначення актуальних трендів у його еволюції. Останнє розширило перспективи подальших досліджень і визначило дороговкази для подальших лінгвістичних розвідок.

Список літератури:

1. Боголюбова Н.М. Феномен «Зеленої дипломатії»: Международный опыт / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева // Ученые записки Российского государственного гидрометеорологического университета, 2014. No 36. С. 189–198.
2. Волкова Т.А. Дипломатический дискурс в аспекте стратегичности перевода и коммуникации (на материале английского и русского языков) : дисс. канд. филол. наук... 10.02.20. Челябинск, 2007.
3. Габро І., Соломко М. Розвиток екологічної дипломатії Європейського Союзу // European historical Studies. ЄВРОПЕЙСЬКІ ІСТОРИЧНІ СТУДІЇ. Наукове видання КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. No 18. С. 6–13.
4. Дипломатія публічна // Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин; [редкол.: Л.В. Губерський (голова) та ін.]. Київ : Знання України, Т. 1, 2004. С. 334.
5. Зонова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. Москва: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. 336 с.
6. Кащишин Н.Є. Особливості дискурсу та терміносистеми англомовних дипломатичних документів. Львів, 2009. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/Fil/2009_81_2/Statti/77.pdf (Дата звернення: 08.10.2022).
7. Кожетева А.С. Дипломатический дискурс как особый вид институционального дискурса // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования, № 1(17). Воронеж, 2012. С. 54–63.
8. Левонюк Т. Он-лайн дипломатія в умовах кризи // Ми у медіа. 29.05.2020. URL: <http://neweurope.org.ua/media-post/on-lajn-dyplomatiya-v-umovah-kryzy/#:~:text=Крім%20того%2C%20надзвичайно%20актуальною%20наразі,та%20боротися%20із%20наслідками%20кризи.> (дата звернення: 29.10.2022).
9. Метелица Е.В. Лингвосомиотическое пространство дискурса дипломатического протокола (на материале текстов дипломатического протокола государственного департамента США) : дисс. ... на соискание ученой степени канд. филол. наук. – 10.02.04 – германские языки. Волгоград, 2002. 193 (263) с.

10. Пазинич О.М. Функціонально-структурні особливості текстів дипломатичного листування : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Спеціальність 10.02.15 – загальне мовознавство : НАН України, Інститут мовознавства. Київ, 2001. 18 с.
11. Пономаренко О.В. Інтердискурсивність як провідна риса дипломатичного дискурсу (на матеріалі виступів Міністра закордонних справ Італії Дж.Терці ді Сант-Агата на ІХ Конференції Послів у Римі) // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія «Іноземна філологія». Вип. 47. К.: ВПЦ Київський університет, 2014. С. 30–35.
12. Пономаренко О.В. Архітектура сучасного дипломатичного дискурсу // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Іноземна філологія. Вип. 1(52). Київ, 2020. С. 42–46.
13. Терентий Л.М. Основные черты дипломатического дискурса // *Сборник научных статей Филологические науки*. № 9. Этно-, социо- и психолингвистика. Москва, 2011. URL: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2011/Philologia/9_95680.doc.htm (дата звернення: 12.10.2022).
14. Шаров О. Економічна дипломатія: основи, проблеми та перспективи (монографія). Київ, 2019. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/201912/sharov_monografiya_ekonom_diplomatiya_print_new.pdf (дата звернення: 27.10.2022).
15. Яворська Г.П. Рібридна війна як дискурсивний конструкт // *Strategic priorities*. No. 4 (41). 2016. P. 41–49. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/yavorskaya.pdf> (дата звернення: 27.10.2022).
16. Butskaya, O.N.; Pakhomova, I.N.; Brichenkova, E.S. Modern trends in changing the communicative norms of diplomatic discourse // *DialNet*. Vol. 7, №. Extra 4 (Esp. 4), 2021. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8276560> (Accessed: 16.10.2022).
17. Carvalho E. Diplomatic discourse. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/251227645_Diplomatic_Discourse. (Accessed: 29.10.2022).
18. Doyle A. 16 quotes from the world leaders on the Paris climate agreement // *Climate Change*. 16.12.2015. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2015/12/16-quotes-from-world-leaders-on-the-paris-climate-agreement/> (Accessed: 30.10.2022).
19. Gupta N. Environmental Diplomacy / *BORGEN Magazine*. 09/03/2015. URL: <https://www.borgenmagazine.com/environmental-diplomacy/>. (Accessed: 29.10.2022).
20. Kurbaliya J. Diplomacy goes virtually as the coronavirus goes viral // *Diplo*. 06.03.2020 URL: <https://www.diplomacy.edu/blog/diplomacygoes-virtual-coronavirus-goes-viral>. (Accessed: 02.10.2022).
21. Kickbusch, I., Lister, G., Told, M., Drager, N. (Eds.) *Global Health Diplomacy: Concepts, Issues, Actors, Instruments, Fora and Cases*. URL: <https://www.springer.com/gp/book/9781461454007> (Accessed: 31.10.2022).
22. Sample Ian. La polémica sobre la misteriosa enfermedad de los diplomáticos de EEUU en Cuba llega al mundo de la medicina // *EIDiario & TheGuardian*. 26.02.2018. URL: https://www.eldiario.es/internacional/theguardian/enfermedad-misteriosa-diplomaticos-eeuu-cuba_1_2253738.html (Accessed: 31.10.2022).
23. Stanko N., Ambassador. Chapter 2. Use of Language in Diplomacy // *Language and Diplomacy*. Ed. by J. Kurbaliya and H. Slavik. 2001. P. 39–47. URL: <http://www.diplomacy.edu/resources/use-language-diplomacy> (Accessed: 05.10.2022).
24. Tajani A. «A Bruxelles dobbiamo contare come Germania e Francia» // *MAECI*. Interviste del MINISTRO. 30/10/2022. URL: https://www.esteri.it/it/sala_stampa/archivionotizie/interviste/2022/10/tajani-a-bruxelles-dobbiamo-contare-come-germania-e-francia-2/ (Accessed: 05.10.2022).
25. Tolba M. K. *Global Environmental Diplomacy: Negotiating Environmental Agreements for the World* / M.K. Tolba // The MIT Press, 2008. P. 23–35.
26. Yapparova, V.N., Bochina, T., Sadykova, I.A.. Genre originality of the modern diplomatic discourse. № 7, 2016. P. 195–198.

Ponomarenko O. V., Zadorizhna N. I. DIPLOMATIC DISCOURSE WITH A HUMAN FACE: THE LATEST DEVELOPMENT TRENDS

The article theorizes on the topic of the modern canon of diplomatic discourse in the context of its constant evolution and modification, in accordance with and in response to the challenges of modern world society. It is claimed that today, in general, the processes that take place both within a single country and on the scale of international and interstate relations leave their mark on various spheres of human activity. Diplomatic discourse, which provides for the language and speech interaction of professionals in one of these fields, promptly responds to the transformation of a globalized society. In particular, its grammatical constructions are

gradually changing (through simplification and grammatical manifestation of the speaker's identity). Changes in the lexical system are much faster. It is about the multiple cases of borrowing of lexical units that were traditionally considered formative of other related or distant types of discourse. As an example, quotes from medical diplomatic discourse, ecological diplomatic discourse, and military diplomatic discourse are given. Terminological analogues are given. Finally, it was noted that currently there is a noticeable modification of the general topic being violated (due to expansion, diversification and interdisciplinary inclusions), a decrease in secrecy and the number of protocol references. At the same time, the rapprochement of diplomacy with the broad masses, the destruction of the barrier of impregnability is noted. Research perspectives are seen in tracking the emergence of the newest subspecies of diplomatic discourse, their description, systematization and classification. This will make it possible to update the development trends and trends not only of a particular type of discourse, but also of national languages as a whole. Finally, a several-year observation of the current trends in the development of diplomatic discourse will allow us to form a coherent picture of its modern canon.

Key words: *diplomatic discourse, diplomats, changes, current tendencies and trends.*

Прокоф'єв Г. Л.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ІРОНІЯ ЯК НАВМИСНА НЕЩИРІСТЬ

У статті іронія розглядається як акт навмисної передачі мовцем нещирості по відношенню до здійснюваної ним мовленнєвої дії. Поняття нещирості мовця означає невідповідність мовленнєвої дії, яку він здійснює, тому психологічному стану, що відповідає прямому значенню висловлення, яке лежить у його основі. Зазначається, що частину умови щирості нещирих мовленнєвих актів, зокрема акту іронії, становить відсутність у мовця певного психологічного стану – відповідного наміру, бажання, переконання або почуття. Описується зв'язок іронії з поняттями навмисної нещирості та неправди. Визначаються спільні та відмінні риси умов щирості нещирих мовленнєвих актів, до яких належать акти неправди та іронії. Висловлюється думка про те, що неправда та іронія подібні лише формально, оскільки неправда прагне приховати нещирість, тоді як прихована мета іронії досягається лише за умови, що адресат іронічного висловлення здатний розпізнати нещирість мовця. Розглядаються іронічні ствердження, пряме значення яких є хибним або вони є недостатньо інформативними чи нерелевантними в контексті вимови, хоча і містять істинні судження. Проводиться аналіз низки прикладів, що охоплюють мовленнєві акти, які належать до різних прагматичних типів, зокрема, акти іронічного зобов'язання, спонукання, вираження почуттів та установок, а також іронічні акти питання та декларативні мовленнєві акти, які не можуть бути адекватно розглянуті без залучення прагматичних правил та міркувань. Особлива увага приділяється дослідженню взаємодії іронічного наміру мовця з іллокутивною силою декларативного мовленнєвого акту, успішне здійснення якого передбачає існування та дотримання певної конвенціональної процедури, частиною якої він є. У цьому випадку іронічна ситуація виникає безпосередньо у виголошенні висловлювання, і для сприйняття непрямого значення адресат не повинен звертатися до широкого контексту.

Ключові слова: іронічний мовленнєвий акт, іллокутивна сила, нещирість, навмисна передача нещирості, умови успішності, недотримання умов успішності.

Постановка проблеми. Поняття щирості мовця позначає відповідність його мовленнєвої дії психологічному стану, який спонукає його здійснити цю дію. Дж. Серль називає такі ментальні стани та події інтенціональними [24, р. 1]. Отже, щире твердження має бути наслідком переконання, щире спонукання – відображенням бажання, щира обіцянка – результатом наміру, щире висловлювання почуття – свідченням наявності цього почуття. Під нещирістю мовця ми будемо розуміти невідповідність мовленнєвої дії, яку він здійснює, тому психологічному стану, який відповідає прямому значенню висловлювання, що лежить в основі даної мовленнєвої дії. Розглядаючи інтенціональний стан мовця як умову щирості мовленнєвого акту [24, р. 9], зазначимо, що частину умови щирості нещирого мовленнєвого акту становитиме саме відсутність певного психологічного стану мовця. Іншими словами, умова щирості нещирого мовленнєвого акту включає в себе як один із компонентів навмисно порушену умову щирості мовленнєвого акту, відображаючи

відсутність у мовця відповідного наміру, бажання, переконання чи почуття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зв'язок іронії з поняттям навмисної нещирості був помічений у роботах багатьох дослідників, що працюють у сфері лінгвістичної прагматики, зокрема Д. Аманте [5, р. 81–86], С. Аттардо [6, р. 143–145], Е. Боллобас [8, р. 327–329], Р. Л. Брауна [9, р. 117], Г. Л. Колстона [11, р. 101–104], Д. Еванса [13, р. 84], Б. Фрейзера [14, р. 57–58], Дж. Гармендії [15, р. 32], Х. Хеверкейта [16, р. 100–106], С. Кумон-Накамури, С. Глюксберга та М. Браун [19, р. 61–63], Дж. Ліча [20, р. 83], Г. Л. Прокоф'єва [4, с. 17–20]. При цьому іронія часто згадується поряд з актом неправди. Більше того, сама можливість здійснення різних нещирих мовленнєвих актів іноді розглядається як наслідок того, що існує неправда [2, с. 382].

Думка про те, що поняття неправди та нещирості межують одне з одним, висловлювалась, наприклад, у працях Р. М. Чізхольма та Т. Д. Фігана [10, р. 143–144],

М. Дайнел [12, р. 606–613], Д. Еванса [13, р. 146–147], Й. Майбауера [21, р. 362–363], А. Стокке [26, р. 1–5], Дж. Вершуерена [27, р. 127–128], Дж. М. Вінсент й К. Кастелфранчі [28, р. 757] та інших авторів. За оцінкою Дж. Остіна, нещирість – це важливий елемент свідомої неправди на відміну від простої фактичної помилковості сказаного [7, р. 41]. Отже, навмисно хибне твердження є одночасно помилковим та нещирим. Таким може бути і іронічне твердження, але іронія розрахована на розуміння хибності базового твердження адресатом іронії, на його нездатність не побачити цю хибність. Неправда, навпаки, призначається «необізнаному» адресату. На відміну від брехні, іронія не має наміру стати правдою, автор іронічного висловлення навмисно передає інформацію про свою нещирість. Таким чином, неправда та іронія подібні лише формально. Висловлюючи нещирість мовця, іронія йде далі, – це не тільки і не стільки вираження, скільки передача нещирості. Неправда, з свого боку, прагне приховати нещирість. В обох випадках мовець не хоче або не може говорити правду, але, іронізуючи, він сам же себе і видає, а обманюючи, приховує свій справжній намір. Справжньої мети, яку має брехун, можна досягти лише за умови, що його слова сприймуть саме в тому сенсі, який він їм і надає [1, с. 224]. І навпаки, прихована мета іронії досягнута буде лише за умови, що адресат іронічного висловлення зможе розпізнати нещирість мовця.

Умова щирості нещирих мовленнєвих актів, до яких відносяться акти неправди та іронії, має спільний компонент, що відображає відсутність у мовця певного психологічного стану, необхідного для успішної реалізації мовленнєвої дії даного типу. Наприклад, у випадку з прямим мовленнєвим актом, для асертивних іллокутивних сил таким компонентом повинна бути переконаність автора висловлення в істинності та достатній інформативності судження. Для актів іронії та неправди, навпаки, спільною умовою є те, що мовець або не вірить в істинність судження, що висловлюється, або не вважає пряме значення свого повідомлення достатньо інформативним у контексті його використання. Другий компонент, пов'язаний із психологічним станом бажання, також буде спільним, але його реальний зміст є діаметрально протилежним. Як йшлося вище, для іронії – це бажання, щоб нещирий характер мовленнєвого акту був розкритий адресатом, а для неправди, навпаки, – бажання його приховати. Використовуючи образний вислів Дж. Ліча, можна сказати, що іронія – це «чесний обман» [20, р. 83].

Визначивши поняття іронії як навмисної передачі нещирості, ми відзначили призначеність її «на прочитання», її здатність до саморозкриття. Однак недотримання умови щирості, будучи за своєю природою явищем психологічним, яке відображає відсутність у мовця певного психологічного стану, не може бути виявлено саме по собі, без експліцитних показників. Що дає нам привід говорити про іронію? Що робить іронічний обман, порівняно зі справжнім обманом, відносно більш відкритим? У чому полягає передача іронічного смислу? Відповіддю є те, що в ролі постійного індикатора іронічної нещирості виступає навмисне порушення мовцем не лише умови щирості, а й інших умов успішності мовленнєвого акту – умов пропозиційного змісту, попередніх умов та суттєвої умови. Умови успішності є набором пресупозицій, дотримання яких потрібне для ефективного здійснення мовленнєвого акту [3, с. 99].

Цікаво відзначити той факт, що автори низки виконаних у традиційному руслі робіт з лінгвістики та літературознавства, у яких розглядався функціональний аспект іронічних висловлень, певною мірою передбачили появу актомовленнєвого аналізу іронії – ними були зроблені спроби класифікації її найбільш типових використань. Так, йшлося про удавані акти схвалення, звинувачення та згоди, іронічний доказ, сумнів, пораду, іронічне вживання риторичного питання [18, р. 99–125; 22, р. 67–76]. Д. Мек, розглядаючи іронічне схвалення, називає таку його форму як схвалення за гарну ознаку, яка насправді відсутня [22, р. 6], що по суті означає свідоме порушення мовцем умови щирості та попередньої умови акту схвалення. Основним недоліком існуючих спроб побудувати класифікацію використань іронії є їхня несистематичність і неповнота опису, оскільки вони зводяться лише до простого перегляду небагатьох найбільш типових випадків. Перевага прагмалінгвістичного підходу до іронії полягає у тому, що він охоплює всі типи мовленнєвих актів, будучи детальним типологічним описом за критерієм успішності/неуспішності мовленнєвої дії.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд різних іллокутивних типів іронічних висловлень як актів навмисної передачі мовцем нещирості по відношенню до здійснюваної ним мовленнєвої дії. Матеріалом дослідження є приклади з творів англійських та американських письменників переважно другої половини ХХ століття, які є фрагментами діалогів, що включають іронічне висловлення та його безпосереднє контекстуальне оточення.

Виклад основного матеріалу. Іронія ніби спеціально створена для того, щоб відтворити в мові процес діалектичного заперечення. Її значення можна уявити як процес виведення іронічного смислу з прямого значення висловлення, отже, воно по самій своїй природі є явищем динамічним, що полягає в одночасному запереченні та ствердженні. Якщо позначити іронічне значення символом P_{ir} , пряме значення – символом P , а значення висловлення-кандидата на нове прочитання – символом Q , то для мовця $/P_{ir}/_1 = P \leftrightarrow /Q/_1$. Символ \leftrightarrow показує, що обидва значення ($P/Q/_1$) є взаємопов'язаними та реалізуються мовцем одночасно. Адресату, зрозуміло, приходить починати інтерпретацію з прямого значення висловлення P , але, у випадку успішності іронічного мовленнєвого акту і він приходить до нового значення $/Q/_2$, що може як співпадати, так і не співпадати зі значенням $/Q/_1$. Таким чином, для адресата $/P_{ir}/_2 = P \leftrightarrow /Q/_2$. Окремим випадком значення висловлення-перефразування є значення, зворотне прямому значенню іронічного висловлення P_{opp} . У цьому разі, враховуючи те, що P_{opp} відокремлює від P «лише» операція заперечення, ми маємо справу з найбільш тривіальним, легко прогнозованим і тому найчастіше вживаним типом іронії, для оперування яким ступінь близькості контекстуальних уявлень комунікантів може бути відносно невисоким. Висловлення, яке є в своєму прямому значенні ствердженням, у контексті використання ніби перетворюється на власного антипода – анти-ствердження. Приблизно в 70% прикладів з проведеної вибірки іронічних стверджень результатом інтерпретації може ставати значення, зворотне прямому.

У більшості досліджень іронії розглядаються саме такі іронічні ствердження, що дозволяють оцінити пряме значення висловлення як хибне. Ілюстрацією такого використання є оцінка професії лихваря Сером Пітом у прикладі 1. У розмові йде мова про те, що справжній лихвар з суто професійних та психологічних міркувань не може дозволити собі просити лише 8-10 відсотків від суми позики:

1. Moses: If you ask him no more than that, you'll be discovered immediately. Sir Oliver: Hey! – what the plague – how much then? Moses: That depends upon the circumstances. If he appears not very anxious for the supply, you should require only forty or fifty percent; but if you find him in great distress, and want the moneys very bad, you may ask double. Sir Peter: A good honest trade you're learning. Sir Oliver: Truly, I think so – and not unprofitable (Sheridan R. The School for Scandal. 1979. P. 39).

Не викликає сумнівів те, що слова мовця не відповідають істині. Власне, і реакція адресата, який і є об'єктом іронічного нападу, показує, що він добре знає ціну того, чому хоче навчитися, і легко розкриває хибний характер ствердження.

У прикладі 2 занадто оптимістична оцінка Бріджесом жажливої картини того, що може трапитися з ним на війні, яка виникла в уяві Елен, також може розглядатись як іронічне анти-ствердження:

2. Ellen: I can't think of anything but you going out among all them awful Boers and lying bleeding yer 'eart out in the battlefield. Bridges: That's a cheerful outlook, I will say (N. Coward. Cavalcade. 1979. Vol. 3. P. 133).

Не викликає сумнівів і хибність прямого сенсу останньої іронічної репліки Елоїзи у розмові з Раулем, оскільки “пошуки” причинно-наслідкових зв'язків між подіями, про які йдеться, є марними та відверто комічними:

3. Raoul: (*incredulously*): Eloise! Eloise: My dear. (*She turns from warming her hands.*) Do close the window. Raoul: (*closing it mechanically*): Where have you come from? Eloise: What does that matter? Raoul: I thought you were dead. Eloise: I should never have died without writing to you (Coward N. The Marquise. 1979. Vol. 1. P. 208–209).

Однак навіть для таких висловлень іронічне значення не може бути привіняним до значення, зворотного прямому. Варіанти перефразувань іронічних висловлень, до яких можна прийти в результаті аналізу, є за своєю суттю другими членами вірогідних семантичних опозицій між прямим значенням висловлення та його іронічною інтерпретацією. Який з них обрати, вирішує сам інтерпретатор.

Деякі ствердження, що інтуїтивно сприймаються як іронічні чи саркастичні, в принципі не можуть бути адекватно перефразовані шляхом пошуку від зворотного. Найбільш вживаними є два типи подібних висловлень, для першого з яких властиве те, що їхнє пряме значення є істинним, але у контексті вимови вони є недостатньо інформативними або нерелевантними.

Про зв'язок між навмисним недотриманням мовцем вимог постулату кількості інформації та виникненням іронічного смислу йшлося в роботах кількох дослідників [17, р. 500; 20, р. 80; 23, р. 178]. У прикладі 4 Кренк неввічливо відмовляється надати адресату потрібну інформацію, ухиляючись від повної відповіді на його запитання:

4. Enter Butterswaite. A miserable elderly man, of shabby genteel appearance cadaverous and with a

West Riding accent. Krank is reading and Bathsheba eating, so he finds himself ignored. <...> Butterthwaite: Er. Are you Mr. Krank? Krank (without looking up): Sometimes. Butterthwaite: Good morning. Er. Good morning, Miss <...>. (Arden J. The Waters of Babylon. 1976. P. 24).

Баттерсуейт вимушений зробити вигляд, що не розуміє іронії, та стримано продовжує розмову. Висловлення Саймона в наступному прикладі демонструє собою чи не класичний випадок того, як тематична нерелевантність ствердження стає ознакою іронічної інтенції мовця:

5. *Sorel, more neatly dressed, is stretched on L. end of the sofa, reading a very violently-bound volume of poems which have been sent to her by an aspiring friend. Sorel: Listen to this, Simon. (She reads.) 'Love's a trollop stained with wine, Clawing at the breasts of adolescence, Nuzzling, tearing, shrieking, beating – God, why were we fashioned so!' She laughs. Simon (looking up from his drawing): The poor girl's potty! Sorel: I wish she hadn't sent me the beastly book. I must say something nice about it. Simon: The binding's very dashing. Sorel: She used to be such fun before she married that gloomy little man (Coward N. Hay Fever. 1970. Vol. 1. P. 4).*

Спочатку Саймон відмічає тривіальність та снобізм авторки вірша, але потім знаходить те, що «позитивно» характеризує збірку поезій – її яскраву обкладинку, що впадає у вічі читачеві, чим і надає схваленню іронічний сенс.

Ствердження другого типу, які важко інтерпретувати шляхом описання від зворотного, є настільки некатегоричними, що пропозиція взагалі не може бути піддана однозначному запереченню. Це відбувається у тому випадку, коли мовець вводить до складу висловлення додаткові перешкоди, чим ускладнює для адресата співвіднесення пропозиційного змісту висловлення з дійсним станом справ, про який йдеться. Прикладом перешкоди є використання літоти:

6. *Florence: <...> Isn't Tom a darling? Helen: Yes, dear, without being aggressively brilliant. Florence: I'm afraid, Helen, you're getting rather bitter. Helen: Nonsense. Florence: It's silly to be sarcastic about Tom (Coward N. The Vortex. 1979. Vol. 1. P. 109).*

Реакція Флоренс свідчить про те, що іронічність оцінки Хелен є для неї очевидною, хоча вона і вважає нерозумним таке ставлення до Тома. Складається враження, що перешкода для інтерпретації шляхом заперечення пропозиції не настільки заважає, наскільки, навпаки, сигналізує про можливий іронічний намір мовця. На користь цього припущення свідчить і наступний епізод,

у якому одна з співрозмовниць, Агнеса, не лише легко долає перепону іронічної літоти Клари, а й ніби подвоює критичність її меседжу в бік Джулії власною саркастичною атакою на неї:

7. *Julia (not nice): Among Doug's opinions, you might like to know, is that when you and your ilk are blown to pieces by a Chinese bomb, the world will be a better place. Claire: Isn't ilk a lovely word? Tobias (disbelief): Oh, come on, now! Claire: It will certainly be a less crowded one. Agnes (dry): You chose well, Julia. Julia (retreating into uncertainty): That's what he says (E. Albee. A Delicate Balance. 1969. P. 62).*

Не викликає сумніву те, що Джулія навмисно спровокувала співрозмовниць на висловлення критичних оцінок думок її колишнього чоловіка Дага, після чого вдало імітує невпевненість щодо власної точки зору на них.

Цікаво, що поняття хибності значення, що традиційно розглядається як суто семантична та логічна категорія, досить природним шляхом набуває прагматичного втілення при аналізі речень, які не можуть претендувати на статус суджень у класичному їх розумінні. Спробуємо обґрунтувати це припущення шляхом розгляду низки прикладів, що охоплюють різні прагматичні типи, зокрема, акти іронічного зобов'язання, спонукання, вираження почуттів та установок, а також іронічні акти питання та декларативні мовленнєві акти, які не можуть бути адекватно розглянуті без залучення прагматичних правил та міркувань. Сюди ж слід віднести акти іронічного ствердження, які містять істинні судження, що є контекстуально іронічними:

8. *"You'll be in more danger crossing the Atlantic than staying in London," said Basil. "There won't be any air raids on London". "For God's sake don't say that". Even as she spoke the sirens wailed. Poppet stood paralyzed with horror. "Oh God," she said. "You've done it. They've come". "Faultless timing", said Basil cheerfully. "That's always been Hitler's strong point" (Waugh E. Put out More Flags. 1977. P. 31).*

Схвальний відгук Бейзила про вміння Гітлера безпомилково обирати час для нападу не суперечить дійсному стану справ, але є очевидно нещирим, враховуючи як ситуацію і стан, в яких перебувають комуніканти, так і спосіб подання інформації – показовий оптимізм та використання відповідних паралінгвістичних та просодичних засобів, що мали б про нього свідчити. В результаті, пряме значення формально істинного ствердження Бейзила стає контекстуально та прагматично хибним.

Приклад реалізації мовцем акту іронічного зобов'язання є у наступному епізоді:

9. Florence: Oh, Nicky, *don't* go and take one of your tiresome prejudices against him. Nicky (*smiling*): All right, I'll try not to. Florence: He's frightfully good-looking. Nicky: Oh! Florence: And he adores music. Nicky: Now, then, mother – Florence: He does, honestly. Nicky: Good. Florence: And he dances beautifully. Nicky: I shall never stop dancing with him (Coward N. *The Vortex*. 1979. Vol. 1. P. 121).

Досить очевидним є те, що Нікі нездатний не лише продовжувати дію, про яку йдеться, а й розпочати її в принципі.

В аналогічному ключі, не більш вірогідним є і те, що в прикладі 10 Куїні справді збирається покінчити життя самогубством в якості реакції на образливі для неї слова Сема. Швидше навпаки, її іронічна загроза свідчить про те, що на його думку вона абсолютно не зважає:

10. Vi: Don't get excited, Sam, Queenie didn't mean it. Sam (*violently*): I'm not excited. Queeny doesn't mean anything to me, anyway... Queeny: Pardon me all, while I go and commit a suicide! (Coward N. *This Happy Breed*. 1979. Vol. 4. P. 268).

Хибним у прагматичному сенсі стає під впливом іронічного наміру мовця і пряме значення директивних мовленнєвих актів:

11. Jim: You're square and sharp this morning and all. Mind you don't cut yourself (B. Behan. *Moving out*. 1978. P. 323).

Застереження Джима явно не має логічних підстав, на чому і базується саркастичне переосмислення його значення.

Іронічне переформулювання Брета в наступному прикладі, на яке він всерйоз і не очікує одержати відповідь, свідчить про те, що людина, яка щойно повернулася з війни, просто не спроможна однозначно та несуперечливо описати свій досвід:

12. Langdon: Well, boy, how was it? Brett (*smiling*): In one sentence, sir? (Gow J., D'Usseau A. *Deep Are the Roots*. 1951. P. 23).

В результаті, інтерогативний намір автора висловлення ніби зникає, а його комунікативне значення скоріше перетворюється з питального на експресивне та інформативне.

Прагматична «неспроможність» прямих значень експресивних мовленнєвих актів, яка виникає під впливом іронії, є найбільш очевидною, оскільки їхня ілюкутивна мета є найщільніше вплетеною в комунікативний контекст – вони, як правило, безпосередньо передують діям чи станам, до яких апелюють, або є реакцією на них.

13. David (*between kisses*): You are – perfectly – sweet. Myra (*giving in*): David! David: You must say it's an entrancing amusement. (*He kisses her again*). Judith appears at the top of the stairs and sees them. They break away, he still keeping hold of her hand. Judith (*coming down*): "Forgive me for interruption" (Coward N. *Hay Fever*. 1979. Vol. 1. P. 68).

Вибачення Джудіт за свій неочікуваний прихід є демонстративно нещирим – вона не повинна вважати себе відповідальною за те, що застала свого чоловіка та Міру в обіймах.

Однією з умов успішності мовленнєвого акту привітання є те, що мовець щойно побачив чи впізнав адресата та щиро або формально виражає своє задоволення від зустрічі. Отже, привітання Сесілом Гремом співрозмовника після тривалого перебування поряд з ним є комічним кроком, яким він натякає на недостатньо активну участь того в розмові:

14. Dumby: Clever woman, Mrs. Erlynne. Cecil Graham: Hallo, Dumby! I thought you were asleep. Dumby: I am, I usually am! (Wilde O. *Lady Windermere's Fan*. 1909. P. 162-163).

Дамбі доброзичливо сприймає непряму критику з боку приятеля.

Акт подяки можна вважати успішним лише за умови, що певна мовленнєва чи будь-яка інша дія адресата є корисною для мовця. Іронічна подяка неприховано суперечить цій умові, тому її нещирий характер здебільшого не створює проблем для інтерпретації:

15. Helen: You're sensitive and reserved and utterly foolish. Nicky: Thank you – I'm beginning to feel beautifully picturesque (Coward N. *The Vortex*. 1979. Vol. 1. P. 142).

Нікі робить вигляд, що вдячний за принизливу характеристику з боку Хелен, винахідливо знаходячи в ній позитивні для себе моменти.

Мотивом для здійснення мовленнєвого акту вітання є те, що його автор вважає, що певна дія або стан речей відповідають інтересам адресата і сам він також відчуває задоволення з цього приводу. Іронічного характеру набуває, наприклад, вітання з станом справ, який є насправді небажаним для адресата:

16. Elvira: I can't stand another of those dreary evenings at home, Charles – it'll drive me dotty – and I haven't seen a movie for seven years... Charles: Let me be the first to congratulate you. Dr. Bradman (*kindly*): What's that, old man? Ruth (*with intense meaning*): Charles, dear – try to be sensible I implore you. Charles: Sorry – I forgot (Coward N. *Blythe Spirit*. 1979. Vol. 4. P. 87-88).

Співрозмовники Чарльза легко розкривають прагматично хибний характер вітання ним Ельвіри, але вважають недоречним його глузливе ставлення та просять не демонструвати його, на що той одразу погоджується.

Більш уважного розгляду потребує взаємодія іронічного наміру мовця з іллокутивною силою декларативного мовленнєвого акту. Комунікативна успішність декларативу передбачає те, що для його здійснення має існувати конвенціональна, узгоджена процедура, частиною якої він є. До спільних для всіх декларативних актів умов успішності Дж. Серль та Д. Вандервекен відносять те, що мовець має бути як правомочним для того, щоб спричинити певний стан, представлений пропозиційним змістом, так і щиро бажати цього [25, р. 56–59]. Коли йдеться про іронію, варто додати ще одну попередню умову існування підстав у автора висловлення бажати того, щоб його слова дійсно призвели до цього стану справ [4, с. 78]. Отже, як спосіб досягнення декларативної іллокутивної мети, так і попередня умова «правомочності» автора передбачають саме соціальну узгодженість актів цього типу. У порівнянні з іншими типами мовленнєвих актів, більша залежність від позамовних установлень робить можливість появи «нещирих» декларативів невисокою. По-перше, не настільки часто в ситуації безпосереднього спілкування людей виникає необхідність звернення до такого роду актів і, по-друге, не кожному надано право їх здійснювати.

В принципі, спробувати здійснити декларативний акт може і людина, яка не має відповідних повноважень, тим самим ігноруючи попередню умову його успішності. Ця спроба буде невдалою незалежно від бажання виконавця – навіть якщо автор такого декларативу хоче, щоб його слова призвели до нового стану справ, він сам не вірить, що це може статися, а для адресата мовленнєвої дії показником нещирості є вже сам факт недотримання мовцем соціальних установок, які не залежать від його намірів. Швидше за все, в таких випадках ми маємо справу не лише і не власне з іронією, а й з пародійним, комічним обігруванням завідомо хибної ситуації, як це відбувається у наступному прикладі, що описує «акт вінчання», постановниками, акторами та діючими особами якого є діти:

17. <...> Jimmy produced the brass curtain ring and gave it to Wally who slipped it on my finger. We promised to be faithful to one another forever though the argument ensued because I refused to obey my

new husband. Wally, who would agree to anything to get the ceremony over, said that was fine by him because I never did what anybody told me anyhow.

'I now pronounce you man and wife,' Reggy said as my enormous ring fell off and disappeared in the undergrowth. We scabbled about for it a bit but were unable to find any trace. In the end, Wally picked a blade of grass and wrapped it around my finger. <...> (Wood M. A Funny Thing Happened on the Way to Inventing My Childhood. 2012. P. 121–122).

Театралізований характер урочистого звернення Реггі до «молодят» з готовністю підтримують інші учасники «церемонії вінчання», але загадкова втрата обручки не дозволяє довести її до кінця в процедурному сенсі, хоча винахідливий наречений і замінює мідне кільце стебельцем трави.

Здійснення іронічного декларативу уповноваженим для такої дії виконавцем є більш вірогідним:

18. Paul: ... How is her English this morning? Rose: I don't know, sir, but my French is improving by leaps and bounds. Paul: Then consider yourself dismissed. Rose: You don't really mean that, do you, sir? Paul: No (Coward N. Conversation Piece. 1979. Vol. 3. P. 206).

Пол жартівливо «звільняє» Розу, служницю своєї протеже Мелані, провина якої явно не заслуговує на таке суворе покарання. Роза легко декодує іронічний смисл слів Пола, але ввічливо перепитує, чи правильно вона його зрозуміла.

Недотримання автором іронічного висловлення умови щирості декларативу, за якої він має свідомо робити спробу казувати новий стан справ і при цьому вірити в існування такої можливості, супроводжується порушенням однієї з попередніх умов – правомочності мовця викликати певний стан справ (див. приклад 17) або наявності в нього достатніх підстав бажати цього (див. приклад 18). Таким чином, іронічний декларатив є актом навмисної передачі мовцем нещирості по відношенню до його спроби спричинити певний новий стан справ.

На відміну від мовленнєвих дій інших іллокутивних типів, як соціально неуповноважені, так і уповноважені автори іронічних декларативних актів не просто передають, а ніби «створюють» нещирість. Іронія в цьому випадку є одночасно мовною та подієвою, оскільки іронічна ситуація виникає безпосередньо у виголошенні висловлювання, а для сприйняття непрямого значення не існує потреби звертатися до широкого контексту.

Висновки і пропозиції. Тракування іронічного значення є завжди приблизним, воно не може

бути єдино вірним хоча б тому, що є *неіронічним*. І, відповідно, воно не може точно відновити значення мовця, тому що в комунікативному акті реально присутнім є лише непряме значення.

Оскільки контекстуальні та фонові знання комунікантів не можуть бути ідентичними, доцільніше говорити не про абсолютно точну інтерпретацію іронії, а про сприйняття адресатом мовленнєвого акту саме як іронічного, про включення адресата у ситуацію іронічного дискурсу.

Можна припустити, що найпростішим перефразуванням іронічного висловлення є найбільш очевидне, найбільш прив'язане до його прямого смислу, яким є значення, зворотне прямому (див.

прикладі 1 та 2), що одержується шляхом заперечення пропозиції або заміни предиката на антонім. Проте у випадках, коли про іронічну нещирість сигналізують навмисні некатегоричність, недостатня інформативність чи нерелевантність висловлення, метод антифразису не веде до розуміння непрямого значення.

Розширення поняття істинності/хибності значення шляхом залучення до аналізу прагматичних міркувань дозволяє оцінити як істинні або хибні ті іронічні висловлення, що лежать в основі мовленнєвих актів різних типів, зокрема і іронічних декларативів, які не просто передають, а фактично створюють нещирість.

Список літератури:

1. Дэвидсон Д. Общение и конвенциональность. *Философия, логика, язык*: Пер. с англ. и нем. /Сост. В. В. Петрова; Общ. ред. Д. П. Горского и В. В. Петрова. М., Прогресс, 1987. С. 213–233.
2. Павилёнис Р. И. Понимание речи и философия языка (вместо послесловия). *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1986. Вып. 17: Теория речевых актов. С. 380–388.
3. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения. Киев, Вища школа, 1986. 116 с.
4. Прокофьев Г.Л. Ирония как прагматический компонент высказывания (на материале английского языка): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Г.Л. Прокофьев. К., 1988. 206 с.
5. Amante D. J. The Theory of Ironic Speech Acts. *Poetics Today*. 1981. № 2 (2). P. 77–96.
6. Attardo S. Irony as Relevant Inappropriateness. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader* /ed. by H. L. Colston & R. W. Gibbs/. N. Y.: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. P. 135–170.
7. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press, 1962. 167 p.
8. Bollobás E. Who's Afraid of Irony. *Journal of Pragmatics*. 1981. Vol. 5. № 4. P. 323–334.
9. Brown R. L. The Pragmatics of Verbal Irony. *Language Use and Uses of Language* /R. W. Shuy, A. Shnukal (Eds.). Washington DC: Georgetown University Press, 1980. P. 111–127.
10. Chisholm R. M., Feehan Th. D. The Intent to Deceive. *Journal of Philosophy*. 1977. Vol. 74. № 3. P. 143–159.
11. Colston H. L. On Necessary Conditions for Verbal Irony Comprehension. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader* /ed. by H. L. Colston & R. W. Gibbs/. N. Y.: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. P. 97–134.
12. Dynel M. Deception: Lying and Beyond. In P. Stalmaszczyk (Ed.), *The Cambridge Handbook of the Philosophy of Language* (Cambridge Handbooks in Language and Linguistics, pp. 606–621). Cambridge: Cambridge University Press, 2022. doi:10.1017/9781108698283.034
13. Evans D. *Situations and Speech Acts: Toward a Formal Semantics of Discourse*. New York : Garland, 1985. 211 p.
14. Fraser B. The Domain of Pragmatics. *Language and Communication* /J. C. Richards, R. W. Schmidt (Eds.). New York : Longman, 1983. P. 29–59.
15. Garmendia J. *Irony*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 166 p.
16. Haverkate H. A Speech Act Analysis of Irony. *Journal of Pragmatics*. 1990. 14. P. 77–109.
17. Kaufer D.S. Understanding Ironic Communication. *Journal of Pragmatics*. Vol. 5. No. 6. P. 495–510.
18. Knox N. *The Word Irony and Its Context*. Durham: Duke Univ. Press, 1961. 258 p.
19. Kumon-Nakamura S., Glucksberg S., Brown M. How About Another Piece of Pie: The Allusional Pretense Theory of Discourse Irony. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader* /ed. by H. L. Colston & R. W. Gibbs / N. Y.: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. P. 57–95.
20. Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. London : Longman, 1983. 250 p.
21. Meibauer J. The Linguistics of Lying. *Annual Review of Linguistics*. 2018. 4:1. P. 357–375.
22. Muecke D. C. *The Compass of Irony*. London: Methuen, 1969. 276 p.
23. Myers Roy A. Toward a definition of irony. In: *Studies in Language Variation: Semantics, Syntax, Phonology, Pragmatics, Social Situations, Ethnographic Approaches* / R. W. Fasold, R. W. Shuy (Eds.). Washington, DC: Georgetown University Press, 1977. P. 171–183.
24. Searle J. R. *Intentionality, an Essay in the Philosophy of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 278 p.

25. Searle J. R., Vanderveken D. *Foundations of Illocutionary Logic*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. 227 p.
26. Stokke A. *Lying and Insincerity*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2018. 246 p.
27. Verschueren J. *What People Say They Do with Words*. Norwood /N. J./: Ablex, 1985. 265 p.
28. Vincent J. M., Castelfranchi C. On the Art of Deception: How to Lie while Saying the Truth. In: Parret, H., Sbisà, M., and Verschueren, J. eds. *Possibilities and Limitations of Pragmatics*. Amsterdam: J. Benjamins, 1981. P. 749–777.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Albee E. *A Delicate Balance*. Harmondsworth: Penguin Books, 1969. 107 p.
2. Arden J. *Three Plays*. Harmondsworth: Penguin Books, 1976. 272 p.
3. Behan B. *The Complete Plays*. London: Eyre Methuen, 1978. 384 p.
4. Coward N. *Plays*. London: Eyre Methuen, 1979. Vol. 1. 358 p.
5. Coward N. *Plays*. London: Eyre Methuen, 1979. Vol. 3. 411 p.
6. Coward N. *Plays*. London: Eyre Methuen, 1979. Vol. 4. 482 p.
7. Gow J., D'Usseau A. *Deep are the Roots*. Москва: Издательство литературы на иностранных языках, 1951. 110 с.
8. Sheridan R. B. *The School of Scandal*. Moscow: Foreign Languages Publishing House, 1949. 92 p.
9. Waugh E. *Put out More Flags*. Harmondsworth: Penguin Books, 1977. 222 p.
10. Wilde O. *Lady Windermere's Fan*. Leipzig: Bernhard Tauchnitz, 1909. 238 p.
11. Wood M. *A Funny Thing Happened on the Way to Inventing My Childhood*. Bloomington: iUniverse Inc., 2012. 360 p.

Prokofiev G. L. IRONY AS A DELIBERATE INSINCERITY

In the article, irony is considered as an act of intentional communication of the speaker's insincerity concerning the speech act performed. The concept of the speaker's insincerity means the inconsistency of the speech act he performs with the psychological state that corresponds to the direct meaning of the utterance that underlies it. It is noted that part of the sincerity condition of insincere speech acts, in particular the act of irony, is the lack of a certain psychological state in the speaker – a corresponding intention, desire, belief or feeling. The connection of irony with the concepts of deliberate insincerity and lying is described. Common and distinctive features of the conditions of sincerity of insincere speech acts, lying and irony in particular, are defined. The opinion is expressed that lying and irony are similar only formally, since lying seeks to hide insincerity, while the hidden purpose of irony is achieved only if the addressee of the ironic statement is able to recognize the insincerity of the speaker. Ironic statements, the direct meaning of which is false, as well as those that do contain true judgments but are insufficiently informative or irrelevant in the context of the utterance, are considered. An analysis of a number of examples, covering speech acts belonging to different pragmatic types which cannot be adequately considered without involving pragmatic rules and considerations, in particular, ironic commissives, directives, expressives, interrogatives and declaratives, is carried out. Special attention is paid to the study of the interaction of the speaker's ironic intention with the illocutionary force of the declarative speech act, the successful performance of which presupposes the existence and observance of a certain conventional procedure, of which it is a part. In this case, the ironic situation arises directly in the act of utterance of the statement, and the addressee does not have to refer to the wider context to perceive the indirect meaning.

Key words: *ironic speech act, illocutionary force, insincerity, intentional communication of insincerity, felicity conditions, non-observance of felicity conditions.*

УДК 811.112.2'221:616.9-036.21/22
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/43>

Семенюк Т. П.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Усік С. Р.

Комунальний заклад загальної середньої освіти «Луцький ліцей № 1 Луцької міської ради»

ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ ВЕРСИФІКАЦІЇ КОНЦЕПТУ COVID-19 У СУЧАСНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НІМЕЧЧИНИ

У статті досліджено невербальне вираження концепту COVID-19 у сучасних засобах масової інформації Німеччини. Концепти є тими лексичними одиницями, значення яких відображають зміст знань та досвіду національної мовної свідомості, які у своїй сукупності формують картину світу певної лінгвоспільноти. У статті акцентовано увагу та тому, концепти містять у своєму складі не лише вербальні, а й невербальні та паравербальні компоненти. Це означає, що концепти можуть мати полісеміотичну об'єктивізацію – стратегічну тенденцію репрезентації важливих і складних елементів за допомогою словесних та зображувальних елементів. Невербальні елементи можуть виконувати різні функції у процесі репрезентації концепту. У статті продемонстровані результати концептуального аналізу сучасних німецькомовних засобів масової інформації та зазначено, що у структурі текстів, які висвітлюють проблематику коронавірусу, присутні невербальні одиниці, які є як автономними, так і комітативними репрезентантами концепту COVID-19. Автономна версифікація концепту – вираження концептуальної інформації за допомогою невербальних семіотичних одиниць, які демонструють інформацію, що не представлена у вербальному тексті, або ж доповнюють вербально-кодовану інформацію. Така версифікація концептів є характерною для текстів малого формату, передусім, карикатур, графіків, діаграм. Найбільш поширеною на шпальтах газет та журналів є комітативна версифікація концептів, при якій невербальні елементи дублюють вербально-представлену інформацію. Проте говорити про роль невербальних елементів як другорядних говорити не можна, оскільки, зазвичай, саме зображувальні семіотичні одиниці викликають у свідомості читачів базові концептуальні характеристики аналізованого концепту. Для статей у газетах та журналах характерною є комітативна невербальна версифікація концепту COVID-19.

Ключові слова: концепт, COVID-19, невербальна версифікація концепту, автономна та комітативна репрезентація концепту.

Постановка проблеми. Пандемія Covid-19 стала найсерйознішою проблемою XXI століття, яка охопила весь світ і вплинула практично на кожну сферу життя суспільства. Починаючи з початку 2020 року явище коронавірусної інфекції інтегрувалося у кожне суспільство, вплинуло на фізичний та психологічний стан представників лінгвоспільнот, а також на культурний та економічний розвиток країн.

Аналіз останніх досліджень. Соціальна значущість феномену коронавірусу робить його об'єктом міждисциплінарних досліджень. У галузі мовознавства науковці роблять спроби виявити неологізми (неоковідизми), що виникли внаслідок планетарного поширення коронавірусу (Л. А. Пасик, Л. Ф. Рись, Л. Я. Терещенко),

дослідити метафоричну репрезентацію концепту у англійському дискурсі (К. В. Красницька, Н. В. Степанюк, Н. В. Долусова), з'ясувати соціолінгвістичну специфіку феномена коронакультури (О. В. Дунаєвська, Т. А. Чаюк). Хочемо зазначити, що тема дослідження концепту Covid-19 не знайшла достатнього висвітлення на матеріалі німецькомовних текстів, що і слугувало поштовхом до обрання об'єктом дослідження статті у німецьких газетах та журналах, присвячені проблемі коронавірусу.

Особливу роль у мові засобів масової інформації відіграють концепти – лексичні одиниці, значення яких відображають зміст знань та досвіду національної мовної свідомості, які у своїй сукупності формують картину світу певної лінгвоспільноти.

З огляду на семіотично гетерогенний характер сучасних текстів, які є полікодовими – такими, що містять у своєму складі вербальні, невербальні та паравербальні компоненти, вважаємо, що концепти можуть мати не лише вербальну, а й невербальну об'єктивацію – стратегічну тенденцію репрезентації важливих і складних елементів за допомогою зображувальних елементів.

Актуальність роботи зумовлено необхідністю аналізу концепту COVID-19 з урахуванням його семіотичної гетерогенності, що сприятиме глибшому розумінню національного менталітету німців.

Завдання роботи полягають у виявленні невербальних засобів репрезентації концептів та окресленні видів їх невербальної версифікації.

Виклад основного матеріалу. Одиницями мисленневих процесів є концепти, які формуються у свідомості представників певного етносу чи нації у результаті пізнання світу та набуття досвіду. Розуміння концептів досить варіативне в сучасній лінгвістиці, оскільки його часто розглядають у різних площинах, використовують різні підходи до його тлумачення.

Основна інформація, яку доносять ЗМІ, базується на концептах. У тлумаченні О. О. Селіванової концептом є інформаційна структура свідомості, різносубстратна, певним чином організована одиниця пам'яті, яка містить сукупність знань про об'єкт пізнання, вербальних і невербальних, набутих шляхом синергетичної взаємодії психічних функцій свідомості: мислення, відчуттів, почуттів, інтуїції, – а також колективного позасвідомого [9, с. 112]. М. М. Полужин визначає концепт як ментальне утворення, що репрезентує собою сукупність знань про певний об'єкт у свідомості людини [5, с. 7].

Питання структури концепту є неоднозначним, незважаючи на неабиякий інтерес до цього питання.

Основним репрезентантом концепту вважають слово. На думку З. Д. Попової та І. А. Стерніна, значення слова є частиною концепту як мисленнєвої одиниці [6, с. 8]. Слово своїм значенням передає декілька концептуальних ознак, релевантних для повідомлення, воно є засобом доступу до концептуального значення. Науковці зауважують, що, отримавши через слово доступ, ми можемо підключити до мисленнєвої діяльності й інші концептуальні ознаки, які не є названі цим словом, тобто є периферійними, прихованими, ймовірнісними чи асоціативними семами. Слово, як і будь-яка інша номінація,

є ключем, який відкриває для людини концепт як одиницю мисленнєвої діяльності.

Тексти писемної комунікації є мовленнєвими масивами, в яких актуалізуються концепти. Досить довгий час науковці стверджували, що структура та зміст концепту можуть бути репрезентовані лише за допомогою вербальних одиниць. Про повну вербалізацію концепту говорить, наприклад, А. П. Бабушкін, зазначаючи, що «концепт зберігається в національній пам'яті носіїв мови у вербально позначеному вигляді» [1].

Інші мовознавці розглядають концепт як частково вербалізовану або ж невербалізовану одиницю концептосистеми. З. Д. Попова та І. А. Стернін зазначають, що концепт не має обов'язкового зв'язку зі словом чи іншими мовними засобами, оскільки він може бути вербалізованим і невербалізованим мовними засобами [6, с. 8]. О. с. Кубрякова вважає, що «найважливіші концепти виражені в мові, але частина інформації представлена у психіці принципово іншим способом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами» [3, с. 92]. Причини вербалізації чи відсутності вербалізації концепту – комунікативні (комунікативна релевантність концепту). Наявність чи відсутність вербалізації концепту не впливає на реальність його існування у свідомості як одиниці мислення. Науковці зазначають, що у свідомості існує велика кількість невербалізованих концептів, оскільки значна частина концептів індивідуальної свідомості не підлягає вербалізації [6, с. 8].

І. С. Шевченко стверджує, що певна частина концептуальної інформації має звукову чи писемну фіксацію, тобто способи мовного вираження, а інша представлена в психіці людини принципово відмінним шляхом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу (образами, малюнками, схемами, жестами, мімікою тощо) [10, с. 193]. Отже, саме дослідження семантики мовних одиниць, які вербалізують концепт, допоможе описати вербалізовану частину концепту, тоді як аналіз невербального супроводу повідомлення допоможе розкрити його додаткові відтінки та ознаки. Говорячи про структуру концепту, вважаємо, що визначаючи вербальні репрезентанти певного ментального явища, не варто і неможна обмежуватися лише аналізом вербальних актуалізаторів значення.

А. М. Приходько має чітку позицію щодо об'єктивації концепту, зазначаючи, що принципним для лінгвокогнітивних досліджень є усвідомлення того факту, що не всі концепти

мають своє вербальне втілення, але всі вони тією чи іншою мірою можуть бути суб'єктивовані в дискурсі, якщо в цьому виникає потреба (приблизно через розгорнутий опис, підтекст, синонімічний ряд, невербальне) означення і навіть через силенціальний акт / замовчування) [7, с. 97]. Ми погоджуємося із думкою А. М. Приходька про те, що концепти можуть мати невербальне вираження – автономне (наприклад, жести, які несуть певний смисл і не потребують вербального пояснення) та комітативне (невербальний супровід концепту, наприклад, наочність, підкреслення, акцент на чомусь). Дослідник вважає, що одним із різновидів невербальної версифікації концептів є візуалізація, яка може мати вигляд картинки, фотографії, відео [7, с. 94].

Найпоширенішим невербальними версифікаторами концептів є зображувальні елементи. Візуалізація – це не нове ім'я концепту і не новий концепт, а його дублювання іконічним знаком, в результаті якого відбувається ніби подвійна семіотична об'єктивація – вербальна (оперує вербальними знаками) та невербальна (оперує іконічними знаками), яка в свою чергу надає певної наочності структурі та властивостям того чи іншого концепту [7, с. 95]. На думку науковця, шляхом візуалізації може здійснюватися контрастування концепту, в результаті якого відбувається збільшення асоціативних зв'язків, а також акцентування на ціннісних складових концепту.

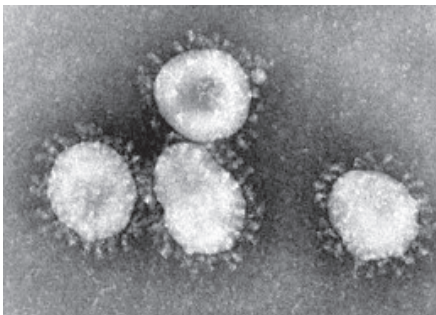


Рис. 1. Фактичне зображення Sars-Cov-2 (1)

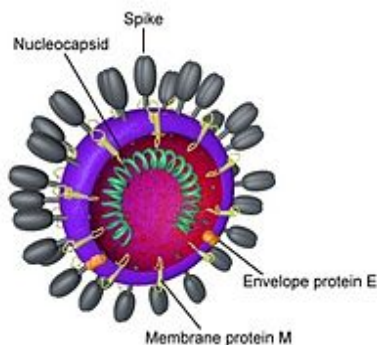


Рис. 2. Схема будови коронавірусного вірусу (2)

Отже, семіотично неоднорідний характер сучасної писемної комунікації свідчить про те, що концепти можуть мати не лише вербальну репрезентацію, а й невербальну, оскільки зображення не лише доповнює чи дублює текст, а й виступає досить часто самостійним носієм інформації. У своїй роботі ми хочемо наголосити на можливості семіотичній гетерогенності, подвійній як вербальній, так і невербальній об'єктивації концепту.

Концепт може бути не лише вербалізованим за допомогою лексичних одиниць, а й візуалізовано представленим, тобто невербально версифікованим. Аналіз ЗМІ показав, що у структурі текстів, які висвітлюють проблематику коронавірусу, присутні невербальні одиниці, які є як автономними, так і комітативними репрезентантами концепту COVID-19.

Про автономну візуальну (зображувальну) версифікацію концепту COVID-19 йдеться у тому випадку, коли зображення демонструє інформацію, яка не представлена у тексті, або ж доповнює її. Зазвичай репрезентантом автономної репрезентації є фізичний образ концепту. На позначення концепту коронавірусу у ЗМІ, на телебаченні та іншій літературі є ряд зображень, як **фактичних**, зроблених під час мікроскопічного дослідження клітин вірусу (рис. 1), так і **схематичних** (рис. 2).

Проте найпоширенішою автономною візуальною репрезентацією концепту COVID-19 є 3D-модель клітини вірусу (рис. 3).

Комітативна візуальна (зображувальна) версифікація концепту – це сукупність візуальних образів, які дублюють або ж унаочнюють вербально подану інформацію. Зазвичай, комітативна версифікація концепту COVID-19 дублює асоціативні ознаки досліджуваного явища, до яких відносимо правила поведінки під час епідемії та її наслідки.

Концепт COVID-19 має комітативні візуальні версифікації, які найчастіше представлені такими зображувальними елементами як:

а) графіки та діаграми (рис. 4);

б) піктограми, що зображують алгоритм захисту від коронавірусу (рис. 5);

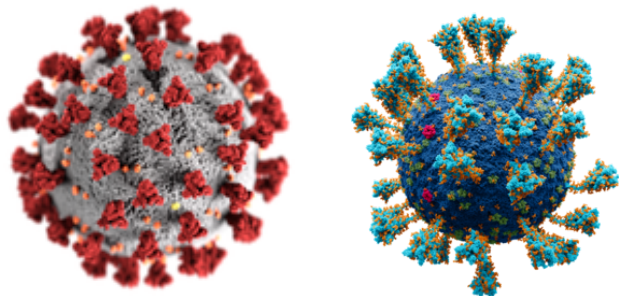


Рис. 3. 3D модель Sars-Cov-2 (3)

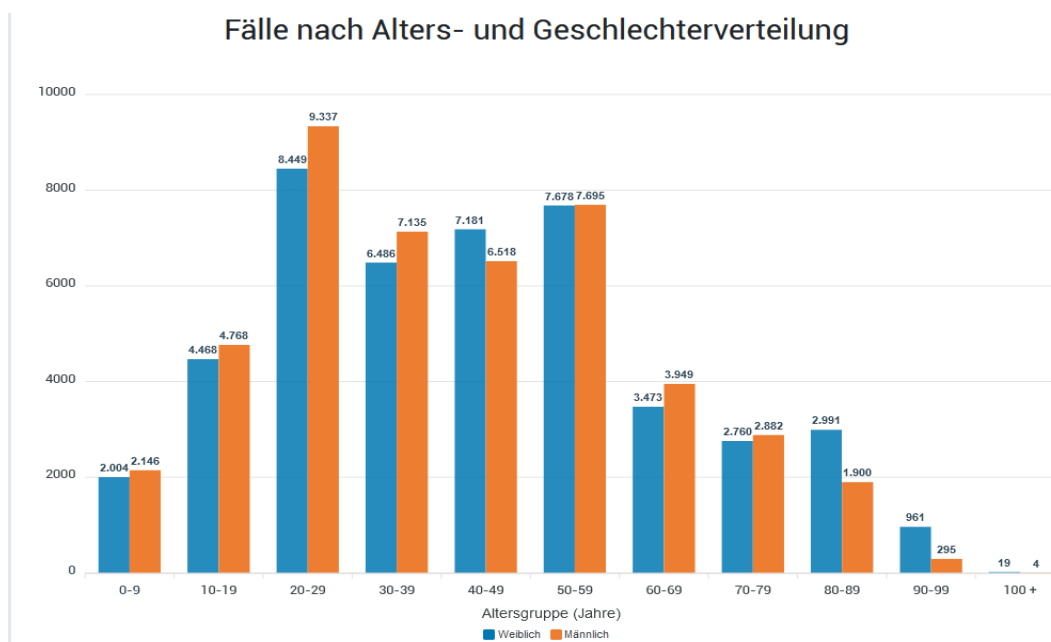


Рис. 4. Графік розподілу захворюваності за віком та статтю (4)



Рис. 5. Піктограми на позначення засобів захисту (5)

Піктограми такого плану можна побачити у місцях скупчення людей, житлових будівлях, офісах, торгових центрах тощо. Вони сприймаються набагато швидше, ніж вербально кодована інформація.

в) зображення лікарів в масках та захисних костюмах (рис. 6);

г) зображення людей в масках (рис.7). Так, у газеті *Tagesspiegel* від 14.04.2020 із заголовком «*Tragt eure Masken! Jede Maske ist besser als keine Maske!*» додано фото реальних людей в масках, які апелюють до захисту від COVID-19. Відзначимо

д) зображення вакцини та процесу вакцинації (рис. 8);

е) метафоричні зображення творів мистецтва та емотиконів з предметами захисту від коронавірусу (рис. 9).

Висновки і пропозиції. Незважаючи на переконання деяких науковців щодо лише вербального представлення концепту, ми вважаємо, що невербальна репрезентація є так само важливою, оскільки невербальні засоби є такими, що швидше сприймаються та декодуються реципієнтами, а також є інформативними та ефективними засобами комунікації. До найважливі-



Рис. 6. Лікарі у масках (6)



Рис. 7. Люди в масках (7)



Рис. 8. Процес вакцинації (8)

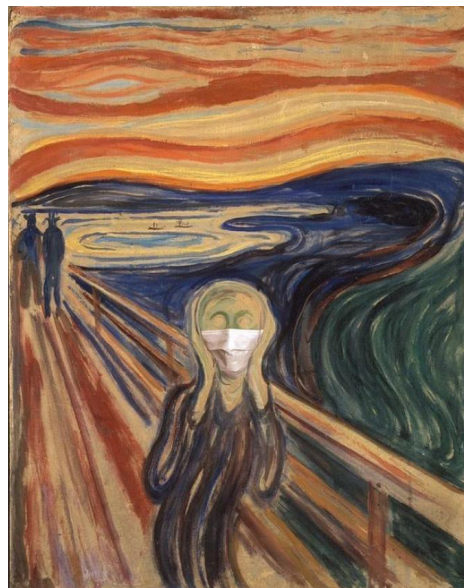


Рис. 9. Емотикони та метафоричні зображення ковід-атрибутики (9)

ших зображувальних репрезентантів концепту COVID-19 відносно фотографії, піктограми, діаграми, графіки, карикатури та емотикони.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у дослідженні корелятивної взаємодії різнокодових складових концептів.

Список літератури:

1. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж : Воронеж. ун-та, 1996. 372 с.
2. Красницька К.В., Степанюк Н.В., Долусова Н. В. Глобальне явище CORONAVIRUS як новий концепт в англomовній лінгвокогнітивній картині світу. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський

збірник наукових праць молодих вчених Драгобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 32. Драгобич. 2020. с. 148-153.

3. Кубрякова Е. с., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Наука, 1996. 245 с.

4. Лисичкіна О. О. Особливості неологізмів пандемії COVID-19 в англійській мові //Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 31(70) №4 4.2, 2020, с. 108–112.

5. Полюжин М. М. Про синкретичні теорії концепту. Проблеми романо-германської філології: зб. наук. праць. Ужгород: ЛІРА, 2006. с. 5–22.

6. Попова З. Д., Стернин И. А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку. Антология концептов / Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2005. Т. I. с. 7–10.

7. Приходько, А. Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск: Белая Е. А., 2013. 307 с.

8. Рись Л. Ф., Пасик Л. А. Неологізми німецької мови у час коронакризи. Кременецькі компаративні студії: [науковий часопис / ред. Д. Чик, О. Пасічник]. 2020. Вип. X. с. 289–299.

9. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. Київ: Фитосоціоцентр, 2000. 248 с. Шевченко И. С. Подходы к анализу концепта в современной когнитивной лингвистике. Вісник ХНУ. 2006. № 725. с. 192–195.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Фактичне зображення вірусу COVID-19. URL: <https://ru.wikipedia.org/> (дата звернення: 19.10.2022).

2. Схема будови коронавірусного вірона. URL: <https://healthcare-in-europe.com/en/news/a-genome-browser-posts-the-coronavirus-genome.html> (дата звернення 16. 09. 2022).

3. 3D модель Sars-Cov-2. URL: https://en.m.wikipedia.org/wiki/SARS-CoV-2_Omicron_variant (2) (дата звернення: 27.09.2022).

4. Графік розподілу захворюваності за віком та статтю. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1103904/umfrage/corona-infektionen-covid-19-in-deutschland-nach-altersgruppe/> (дата звернення: 27.09.2022).

5. Піктограми на позначення засобів захисту. URL: <https://radioschwaben.de/coronavirus/aktueller-stand-der-corona-zahlen-vom-28-10-2020/> (дата звернення 28.12.2021).

6. Маски – основний засіб захисту лікарів від COVID-19 (2). URL: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/medizin/neuried-bei-muenchen-pilotstudie-zu-neuem-corona-testverfahren-gestartet-a-0b328039-a925-40d2-a82a-791f6fd4d0ef> (1) (дата звернення: 28.12.2021).

7. Люди в масках. URL: <https://www.n-tv.de/politik/Was-bedeutet-die-Maskenempfehlung-article21718722.html> (дата звернення 30.12.2022).

8. Процес вакцинації. URL: <https://www.aerztezeitung.de/Nachrichten/NRW-erlaubt-siebte-Dosis-aus-Comirnaty-Phirole-416986.html> (дата звернення: 27.12. 2022).

9. Емотикони та метафоричні зображення ковід-атрибутики. URL: <https://www.zentrum-oekumene.de/de/oekumene/aktuelles/detailseite/coronavirus-faith-beyond-fea> (1); <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/corona-versagen-deutschland-leidet-unter-massenpsychose-17216264.html>(2); <https://shop12.onlinestoresoutlet.ru/category?name=masken%20emoji> (3) (дата звернення: 10.09. 2023).

Semeniuk T. P., Usik S. R. PECULIARITIES OF NONVERBAL VERSIFICATION OF THE CONCEPT OF COVID-19 IN THE MODERN GERMAN MASS MEDIA

The article examines the non-verbal expression of the concept of COVID-19 in modern German mass media. Concepts are those lexical units whose meanings reflect the content of knowledge and experience of the national language consciousness, which collectively form a picture of the world of a certain linguistic community. The article emphasizes the fact that concepts contain not only verbal, but also non-verbal and para-verbal components. This means that concepts can have polysemiotic objectification – a strategic tendency to represent important and complex elements with the help of verbal and pictorial elements. Non-verbal elements can perform different functions in the process of concept representation. The article demonstrates the results of a conceptual analysis of modern German mass media and states that the structure of texts covering the issue of the coronavirus includes non-verbal units that are both autonomous and comitative representatives of the concept of COVID-19. Autonomous concept versification is the expression of conceptual information using non-verbal semiotic units that demonstrate information and are not present in the verbal text, or are present and supplement verbally encoded information. This versification of concepts is characteristic of small-format texts, primarily caricatures, graphs, and diagrams. The most common in the columns of newspapers and magazines is comitative versification of concepts, in which non-verbal elements duplicate verbally presented information. Nonverbal semiotic units evoke the basic conceptual characteristics of the analyzed concept in the minds of readers. Articles in newspapers and magazines include by comitative non-verbal versification of the concept of COVID-19.

Key words: concept, COVID-19, non-verbal versification of the concept, autonomous and comitative representation of the concept.

Усова І. В.

Поліський національний університет

АНГЛІЙСЬКА АВІАЦІЙНА ФАХОВА МОВА: СТАНОВЛЕННЯ, ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ

У статті проаналізовано та систематизовано англійську фахову мову авіації; охарактеризовано шляхи її формування, структурні, семантичні та комунікативно-функціональні особливості авіаційних термінів. Зокрема, увагу зосереджено на вивченні базових особливостей англійських фахових текстів з авіації: об'єктивність, підкреслена логічність і аргументованість, понятійна точність і ясність, широке використання складних речень, зокрема складнопідрядних з чітким логічним зв'язком між компонентами, вживання слів у прямому значенні, перевага наукової термінології, застосування різноманітних стандартних виразів, кліше, переважання іменників і відносних прикметників над дієсловами. Фахова мова використовується у певній фахово обмеженій галузі, щоб забезпечити професійну комунікацію між фахівцями певної сфери. Її специфічні особливості проявляються на трьох рівнях: лексичному, синтаксичному та текстовому. Під фаховою мовою авіації розуміється сукупність всіх мовних засобів, які використовуються в комунікативній сфері авіації з метою досягнення розуміння між всіма фахівцями даної галузі. Автор досліджує основні періоди в розвитку авіації, та відповідно, найвизначніші віхи розвитку авіаційної термінології. Авіаційна термінологія англійської мови виникла у зв'язку з появою повітроплавання й авіації, і її розвиток відбувався паралельно з розвитком цих галузей знання. Це терміни на позначення всіх видів літальних апаратів; їх конструкцій, двигунів та систем забезпечення; озброєння; видів наземного забезпечення; обслуговуючого персоналу у повітрі та на землі; понять аеродинаміки, метеорології, радіолокації, аерофотозйомки, парашутно-десантної служби та авіаційної медицини. У результаті засвідчено, що походження та семантичний склад авіаційних термінів обумовлені появою та розвитком відповідних предметів, процесів та явищ авіаційної науки та техніки. Постулюється ідея про те, що екстралінгвістичний підхід до виникнення та еволюції термінів надає можливість розкрити причинну обумовленість появи того чи іншого терміна в англійській мові, а також отримати нові відомості про його семантику та етимологію.

Ключові слова: фахова мова, авіаційний дискурс, англійська авіаційна фахова мова, авіаційний термін, документ ІКАО.

Постановка проблеми. Розвиток сучасної науки, техніки, технологій призводить до виникнення спеціалізованих сфер людської діяльності, в результаті яких виникають спеціалізовані сфери спілкування. Вони вимагають формування спеціальних мов цих галузей соціального життя.

Практична необхідність є основною рушійною силою виникнення тих мов, що обслуговують спеціалізовані, часто вузькоспеціалізовані, галузі людської діяльності. Створення і розвиток цих мов залежить від потреб тієї галузі науки, техніки, технології чи керування, яку вони обслуговують, а їх функціонування відбувається в межах певного мовного колективу. Специфіка сфер комунікації ставить особливі вимоги до використання лексичних і граматичних засобів мови, побудови речень і структури висловлювання для максимального

задоволення комунікативних потреб у сфері професійного спілкування.

За Т. О. Мальковською під професійним спілкуванням, розуміємо мовне спілкування представників однієї професійної групи в ситуації, яка пов'язана з безпосереднім виконанням ними професійних чи службових обов'язків [4].

Професійне спілкування спрямоване на досягнення певної мети, реалізація якої лежить в основі співпраці учасників професійної комунікації. Авіаційна фахова мова обслуговує спеціальну, окрему, самодостатню галузь авіаційної діяльності. Циркуляція і перероблення інформації мають в авіації фундаментальне значення. Від точності й своєчасності прийому інформації авіаційним оператором, надійності її збереження і відтворення, ефективності її перероблення залежить

швидкість, точність і надійність усієї системи «людина – машина».

Попри наявність праць, присвячених аналізу окремих аспектів вивчення авіаційної лексики, англійська фахова мова авіації донині не слугувала об'єктом комплексного ґрунтовного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лінгвістичні особливості авіаційного дискурсу досліджувалися О. В. Акімовою [2], Т. О. Мальковською [4], А. Ф. Пчеліновим [5], Ю. Ю. Строевою [6] та ін. Результати досліджень вищезгаданих лінгвістів показують, що лінгвістичними аспектами авіаційного дискурсу є: лаконічність; однозначність; відносна свобода побудови висловлювань; типова фразеологія; максимальне використання стандартних слів і фраз; чітка та зрозуміла вимова; уникання багатослів'я в стандартних умовах; використання нестандартних мовних одиниць у нестандартних ситуаціях; строге тематичне спрямування змісту.

Виклад основного матеріалу. З лексичного погляду авіаційна фахова мова, як і будь-який інший різновид науково-технічного дискурсу, охоплює словниковий фонд стилістично нейтральної літературної мови, загальну науково-технічну термінологію, а специфічними у ній є авіаційна термінологія, радіотелефонна фразеологія і професійне аргю.

Під *авіаційними термінами* розуміємо слова або словосполучення на позначення спеціальних понять з області аеронавтики. Це терміни на позначення всіх видів літальних апаратів; їх конструкцій, двигунів та систем забезпечення; озброєння; видів наземного забезпечення; обслуговуючого персоналу у повітрі та на землі; понять аеродинаміки, метеорології, радіолокації, аерофотозйомки, парашутно-десантної служби та авіаційної медицини.

Під *авіаційною фаховою мовою* розуміємо сукупність всіх мовних засобів, які використовуються в комунікативній сфері авіації з метою досягнення розуміння між всіма фахівцями даної галузі.

Фахова підмова радіообміну (авіаційна англійська, Aviation English, Radiotelephony, Airspeak, Skytalk, фразеологія радіообміну, радіообмін англійською мовою, радіотелефонна фразеологія «земля-повітря») є особливою формою існування мови, що має професійну спрямованість, та обслуговує спеціальну, окрему, самодостатню галузь авіаційної діяльності. Авіаційна англійська мова, яка використовується в сфері радіоперего-

ворів між пілотом і диспетчером, належить до групи напівштучних мов, створених спеціально для використання в професійній сфері. Будучи типовою мовою для спеціальних цілей, авіаційна англійська має специфіку, яка пов'язана з використанням професійної фразеології і поєднує в собі елементи технічної, професійної та загальноновживаної англійської мови.

Мови, створені спеціально для функціонування в певній сфері, називають *операційними*. Вони є результатом адаптації природної мови до конкретної задачі використання та ефективні тільки в контексті звичайних, передбачуваних професійних ситуацій. У непередбачуваних та надзвичайних ситуаціях ефективніше використовувати природну мову. Операційні мови менш універсальні, але більш пристосовані до конкретної задачі, ніж природна мова.

Англійська мова для радіопереговорів складається зі спрощеної лексики і набору правил її використання, які роблять цю мову контрольованою. Необхідність створення спрощеної англійської в сфері авіації викликана підвищенням технічної складності сучасних літаків і зростанням числа технічної документації.

Мова радіообміну в порівнянні із загальноновживаною мовою має незначні відмінності у вимові й інтонації, серйозні відмінності в граматичних структурах, містить певні вимоги до темпу мови. Як функціональний стиль мова радіообміну характеризується жорсткою структурованістю, насиченістю числівниками, термінологією та псевдотехнічною лексикою. Це усна мова, в основному, у формі діалогічного мовлення [13].

Від того, як розуміють один одного учасники цієї професійної взаємодії, залежить безпека польоту. Підтвердженням цього є статистичні дані, згідно з якими, близько 80 % авіаційних інцидентів на міжнародних повітряних трасах відбувається через недосконалу взаємодію диспетчера УПР та екіпажу ПС. Перші роботи, присвячені дослідженню мовленнєвого аспекта в авіації, датуються другою половиною ХХ ст. Зокрема, у дослідженні Ф. С. Фріка і У. Х. Самбі (1958) розраховується «надлишковість» мови, що застосовується в авіації операторами УПР [2, с. 154]. Вони з'ясували, що якщо надлишковість писемної англійської мови становить близько 60 %, то при врахуванні лінгвістичного й ситуативного контекстів вона сягає 96 %. Завдяки надлишковості авіаційної мови підвищується імовірність правильного сприйняття повідомлень за найнесприятливіших умов.

Оскільки безпека в авіації безпосередньо залежить від якісної мовленнєвої взаємодії льотного складу і диспетчерів УПП, значна увага до питань комунікації в авіації приділяється не лише науковцями й авіаційними операторами-практиками, але й світовими авіаційними організаціями і, насамперед, Міжнародною організацією цивільної авіації – ІКАО.

Документ ІКАО Doc 9432 «Керівництво з радіотелефонного зв'язку» деталізує процедури ведення радіотелефонного зв'язку в авіації. У ньому визначаються загальні експлуатаційні правила, пояснюється роль фразеології і розмовної мови в радіотелефонному зв'язку, конкретизуються завдання щодо мовленнєвого зв'язку різних учасників переговорного процесу: аеродромного диспетчерського пункту, диспетчерського пункту підходу, районного диспетчерського управління, повітряного судна, наземних автотранспортних засобів. У документі подано загальну фразеологію радіообміну та загальну радіолокаційну фразеологію, уточнено правила аварійного і термінового зв'язку та правила у випадку відмови зв'язку [10].

Мовним аспектам радіозв'язку в авіації присвячено також документи 9835 «Керівництво з запровадження вимог ІКАО щодо мовної відповідності» та Додаток 1 до Конвенції про міжнародну цивільну авіацію «Видача свідоцтв авіаційному персоналу» [13].

Огляд досліджень науковців та нормативно-правових джерел надав змогу дійти висновку, що основним фактором, який повинен сприяти підвищенню безпеки в авіації стосовно мовленнєвого аспекту діяльності авіаційних операторів, є суворе дотримання ними правил і фразеології радіомовлення. Підтвердження нашої думки знаходимо в документі ІКАО 9432, де зазначається: «У деяких інцидентах і в авіаційних подіях одним із спонукальних факторів було використання нестандартних процедур і фразеології. Відтак, важко переоцінити важливість використання правильної і точної стандартизованої фразеології [11]. У Додатку 10 до Конвенції про міжнародну цивільну авіацію зазначено, що «стандартна фразеологія ІКАО використовується у всіх випадках, для яких вона встановлена. Тільки тоді, коли стандартна фразеологія не може бути застосована при запланованій передачі, використовується просте розмовне мовлення» [11].

Пояснення підвищеної уваги до фразеології радіообміну знаходимо в документі ІКАО 9835 «Керівництво із запровадження вимог ІКАО щодо мовної відповідності». У ньому зазначається, що

однією з основних причин авіаційних подій упродовж останніх років був людський фактор, відтак, необхідно посилити увагу до комунікації як одного з його елементів. Три різні авіакатастрофи (одна трапилася внаслідок зіткнення повітряних суден на землі, друга – через нестачу пального, а третя – внаслідок зіткнення повітряного судна із землею поверхнею) мали, як з'ясувалося в процесі розслідування, дещо спільне – були результатом недостатньої мовної підготовки льотчика та авіадиспетчера, що унеможливило їх нормальну взаємодію і призвело до трагічних наслідків – загинуло понад 800 людей. За даними Британських авіаційних служб, у країні лише за неповних шість років трапилося 134 авіаційні катастрофи, так чи інакше пов'язані з мовним чинником [11].

Відтак, Міжнародною організацією цивільної авіації було запроваджено вимоги щодо знання авіаційними операторами мови радіотелефонного зв'язку.

Уточнимо, якими ж мовами здійснюється радіотелефонний зв'язок в авіації. Відповідь знаходимо у Додатку 10 до Конвенції про Міжнародну цивільну авіацію (стаття 5.2.1.2), де зазначено: «Радіотелефонний зв'язок «повітря – земля» здійснюється мовою, яка щоденно використовується даною наземною станцією, або англійською мовою» [11]. Хоча Міжнародна організація цивільної авіації має шість робочих мов, саме англійську мову було обрано міжнародною мовою радіотелефонного зв'язку цивільної авіації. Такий вибір не був випадковим. Результати дослідження англійської організації Aerospace Linguistic Foundation, у процесі якого аналізувалося 18 мов, засвідчили, що вибір англійської мови як офіційної мови радіообміну є найоптимальнішим, оскільки, за статистичними даними, при її застосуванні відбулося значно менше авіаційних подій на один мільйон польотів (два проти п'яти), ніж при застосуванні будь-якої іншої мови.

Відтак, Міжнародна організація цивільної авіації вимагає обов'язкового застосування англійської мови «за запитом будь-якої бортової станції і на всіх наземних станціях, що обслуговують закріплені за ними аеропорти і маршрути, які використовуються для забезпечення міжнародного повітряного зв'язку» [10].

Отже, англійська мова – це:

– офіційна мова більшості міжнародних організацій, серед яких Міжнародна Організація цивільної авіації (ICAO);

– мова радіообміну при керуванні повітряним рухом;

– мова, якою видається технічна документація для більшості авіаційної техніки іноземного виробництва.

Авіаційна термінологія англійської мови виникла у зв'язку з появою повітроплавання й авіації, і її розвиток відбувався паралельно з розвитком цих галузей знання.

Люди здавна мріяли обзавестися крилами й полетіти (невипадково, слово «авіація» походить від латинського «*avis*», що означає «птаха»). Ці мрії знайшли відображення в усіх мовах, у тому числі і англійській. У давніх писемних джерелах С. Стубеліус виявив цілий ряд слів загальнолітературної мови, які передавали ще тільки уявні апарати для польоту людини – *instrument* (1597), *engine* (1633), *kite* (1635), *vessel* (1756), *vehicle* (1769), *machine* (1679). Використовувались й описові форми на кшталт *instrument to fly* (1597), *flying dragon* (1635), *flying chariot* (1640), *engine for flying* (1659), *instrument for flying* (1659), *flying ship* (1679), *flying machine* (1769) [12, с. 16-17]. Всі ці лексичні одиниці були лише відображенням людських мрій. Власне предметів, що вони називали, ще не існувало.

З одного боку – фантазія, з іншого – наукові пошуки. Роджер Бекон, Леонардо да Вінчі та М. В. Ломоносов першими у світі теоретично довели можливість побудови літальних апаратів. Тільки XVIII століття, епоха промислового перевороту, змушує перейти від фантазій до реальних польотів над землею поверхнею. 21 листопада 1783 року французам Пілатру де Роз'є й д'Арланду вдалося відправитися в 25-хвилинний політ на повітряній кулі, що побудували брати Жозеф-Мішель і Етьєн Монгольф'є.

1783 рік прийнято вважати фактичним початком розвитку повітроплавання, а відповідно, й початком історії авіаційної термінології. Запуск французами повітряної кулі та подальший розвиток повітроплавання спричинили появу у французькій мові перших авіаційних термінів: *aeronaute*, *aerostat*, *ballon*, *ballonet*, *Montgolfier*. У тому ж 1783 році були запущені дві повітряні кулі в Лондоні. І, звичайно, разом з новими предметами в Англію прийшли й терміни на позначення цих предметів. У той же час англійською мовою запозичується французький термін *parachute*, що вперше був вжитим паризьким фізиком Ленорманом (він утворив цей термін з двох французьких слів: *parer* – «попереджувати» *chute* – «падіння») [9].

Через два роки француз Бланшар здійснив перший політ через Ла-Манш [1]. Ця подія стала

початком більш ніж столітнього активного впливу французьких досягнень у галузі повітроплавання й авіації на формування авіаційної термінології англійської мови.

Центром розвитку повітроплавання й авіації до другого десятиліття XX століття була Франція, про що свідчить той факт, що значна частка авіаційних термінів у різних мовах світу французького походження.

Першими англійцями, які залишили слід у розвитку авіації, були вчений Дж. Кейлі, винахідник В. Хенсон і механік Дж. Стринфелло. У 1843 році Хенсон і Стрингфелло сконструювали літаючу модель, яку назвали *aerial steam-carriage* (за аналогією з назвою паровоза, що у той час вже використовувався в Англії для перевезення пасажирів).

Однак до ідей, пов'язаних з польотом людини у повітрі, англійці відносилися доволі скептично. Консерватизм Англії гальмував творчі розробки у сфері авіації, і країні з високо розвинутою промисловістю залишалось лише запозичувати ті нові поняття та авіаційні терміни, що так стрімко з'являлися у Франції у 40-60-х роках XIX ст.: *aeronef*, *aerostier*, *air bomb*, *aviateur*, *aviation*, *dirigible*, *helicopter*, *ornithopter*, *orthopter*.

У першій половині XIX століття в авіаційній термінології англійської мови з'явилися і власне англійські новотвори. На цей період припадає початок використання загальнолітературних слів у якості авіаційних термінів: *ascent*, *brake*, *cordage*, *crown*, *edge*, *envelope*, *fall*, *head*, *ring*, *swimmer*, *tube*. З'являються перші термінологічні словосполучення *car rope*, *captive balloon*, *captive screw*, *towing line* у зв'язку з удосконаленням аеростатів. Англійським за походженням є термін *guiderope*, що з'явився у середині XIX століття та пов'язаний з ім'ям відомого повітроплавця Чарльза Гріна. Він використав у вільному польоті важкий канат, що полегшував посадку аеростата. Грін дав своєму винаходу назву *guiderope*, утворивши її від основи дієслова *guide* – «спрямовувати, направляти» та основи іменника *rope* – «канат».

Після винаходження повітряної кулі іншого способу пересування повітрям упродовж майже цілого століття ніхто не міг створити. Спроби всіх винахідників того часу були спрямовані на відкриття способів зробити аеростат керованим, але для цього не вистачало мотора. З 60-х рр. XIX століття спочатку в Америці Анрі Жиффар, потім брати Тіссад'є у Франції, Хайрем Максим в Англії намагались створити спеціальний мотор для аеростата. Термін *motor*, запозичений з французької, можна

вважати авіаційним саме з того часу, оскільки він вже вживався по відношенню до двигуна, призначеного для повітроплавання [9].

Французи, брати Лебоді та інженер Жюльо, сконструювали керований аеростат та ввели до нього цілий ряд технічних удосконалень. Їм авіаційна термінологія зобов'язана появою термінів *keel, stabilizator* [1].

У Німеччині інтерес до моторного повітроплавання заявився набагато пізніше, але це не завадило німцям дуже скоро наздогнати, а потім і перегнати суперників. У 1900 р. граф Ф. Цеппелін успішно випробував сконструйований ним керований дирижабль, і скоро назва *Zeppelin* стає загальною назвою повітряного корабля. В якості терміна в тому ж році він входить до англійської авіаційної термінології. Це був перший авіаційний термін, запозичений з німецької мови.

Американець О. Шанют першим спроектував кермо управління та розробив оригінальну модель з двома розташованими один на одному площинами. Таким чином, у кінці 90-х рр. з'являються нові авіаційні терміни – *biplane, elevator, rudder, center of gravity, lateral stability, soaring flight, glider, gliding machine* [12, с. 246].

У 1900 р. брати Райт почали експериментувати зі своїм першим планером у Кітті-Хоук, а в 1901 р. випробували другий планер. У 1902 р. приступилися до створення першого моторного аероплана, двигун для якого зібрали самі. 17 грудня 1903 р. Вільбер та Орвілл Райт зробили перший в історії пілотований політ на моторному аероплані «Флайер-1». Дальність першого польоту (пілотом був Орвілл) склала 37 метрів. Апарат пробув у повітрі 12 секунд. У той же день уже Вільбер протримався в повітрі 59 секунд і подолав 260 метрів. У наступні два роки продовжували вдосконалювати конструкцію аероплана й зробили більше 200 польотів. Завдяки розробкам братів Райт на початку ХХ ст. в авіаційну термінологію потрапляють терміни *aeromotor, allumage, capot, carburetor, connecting rod, cylinder, exhaust valve, flywheel, frame, inlet valve, motorshaft, oil pump, piston, throttle*. Всі вони зафіксовані словником А. Шломана 1910 р [7].

90-ті рр. ХІХ ст. та перші роки ХХ ст. відзначені подальшим проникненням французьких термінів в англійську мову у зв'язку з удосконаленням конструкції літаків: *aeroplane, avion, biplane, fuselage, hangar, longeron, monoplane, nacelle, quadriplane*.

На початку ХХ ст. Франція залишається провідною державою майже в усіх досягненнях

авіації. Бразилець А. Сантос-Дюмон, француз Л. Блеріо, англієць А. Фарман, американці брати Райт – всі вони знайшли підтримку своїм винаходам саме у Франції. Літаки цих винахідників називали їх іменами. Так у французькій мові, а потім і в англійській з'являються етнонімічні терміни: *Santos-Dumont, Farman, Bleriot, Voisin, Wright*.

У той же час з'являється термін *triplane* на позначення сконструйованого А. Фарманом літака, що мав три несучі площини.

В 1906-1911 рр. усі країни хвилює питання, як поєднати теорію авіації з практикою. Саме в цей період англійська запозичує з французької мови авіаційні терміни *aerobatics, aileron, hydroplane, pique, virage*.

На початку ХХ ст. паралельно з проникненням термінів, запозичених з французької та німецької мов, в англійській мові у зв'язку з активним розвитком авіації в Англії і США відбувається термінотворення власними засобами англійської мови. Оскільки до того часу у літака вже визначились основні частини, в авіаційному словнику А. Шломана 1910 р. представлені такі авіаційні терміни, як: *balancers, body, cabin, deck, fin, nose, spar, tail*.

З'являються та широко використовуються терміни зі сфери допоміжного обладнання та обслуговування літаків: *aeroplane shed, aircrew, airfield, airman, airway*.

У той же час починають вживатися терміни, пов'язані з польотом літака: *air defence, air raid, pocket, velocity*. Для передачі значення *heavier-than-air aircraft* утворюються такі термінологічні одиниці як *aerobus, aerotaxi, air-car*, в яких другий елемент запозичений з термінології наземного транспорту. У той період з'явилися і терміни *air-liner, aerial liner* (перші повітряні лінії обслуговувалися великими аеростатами, що нагадували морські лайнери).

Основною рисою авіації у перші 10 років її існування, з 1903 по 1914 рр. можна вважати її спортивний, а потім військово-спортивний характер. Звідси поява термінів на кшталт *trial flight, long flight, public flight, flying race, dive, flying range*.

Перед першою світовою війною починає розвиватися гідроавіація. З'являється літак, що може злітати та сідати на воду. В англійській він отримав назву *seaplane*. Цей термін увів Уїнстон Черчилль. У 1913 р. у своєму виступі він сказав, що морський гідроплан необхідно називати *seaplane*, а звичайний аероплан – просто *plane*. У той же час починає вживатися термін *flying boat*, який вперше з'явився в Америці, у зв'язку з тим, що гідролітак, спроектований Гленом Куртисом,

був схожий на човен. Саме в цей період відбувається інтенсивне проникнення морських термінів до авіаційної термінології: *crew, captain, cockpit, beam, fleet, hull, navigator*.

Перша світова війна спричинила бурхливий розвиток авіаційної промисловості. У період з 1914 по 1918 рр. до англійської мови входить цілий ряд нових авіаційних термінів та термінологічних словосполучень: *air defence, air fight, Air Fleet, Air Force, air reconnaissance, battleplane, blimp, combat biplane, day bombing craft, ground attack, night bombing craft, smoke bomb* та ін., виникнення яких було прямим наслідком війни та створення у цей період бомбардувальної та винищувальної авіації.

Війна вимагала нових літаків для виконання спеціальних завдань. Так в англійській авіаційній терміносистемі з'явилися *bomber, fighter, bomber-fighter, bomb-carrier*. Після війни авіабудівництво було спрямовано на удосконалення вже існуючих типів військових літаків: *bombing aircraft, day bomber, sanitary plane, command airplane, clipper*. У 50-х рр. ХХ ст. Англія, США, Німеччина володіли значною кількістю літаків, яким необхідно було знайти застосування і в мирний час. Велике значення отримує повітряне сполучення спочатку міжміське, а потім між країнами, спрямоване на перевезення пасажирів, транспортування пошти та вантажів. З новими завданнями авіації з'являються й нові авіаційні терміни: *air commerce, air mail, air route, air transport service, air transport station, baggage compartment, commercial aviation, merchant aircraft, merchant aviation, transport pilot, trunk routes, two-way route*.

У 20-х рр. ХХ ст. іспанець Сієрва спроектував літак з крилами, що рухаються, та дав своєму винаходу назву *autogyro*. Термін потрапив до англійської мови в 1923 р. та використовувався на протязі двох десятиліть, а потім був замінений терміном *helicopter*, коли на початку 40-х рр. був розроблений новий тип літака з принципом дії автожиру.

У США, Англії та Німеччині, що вже готувались до нової війни, інтенсивно розвивається авіаційна промисловість – будуються нові типи літаків, вводяться удосконалення до вже існуючих конструкцій, і в результаті з'являється нова група авіаційних термінів: *air injection engine, armament system, blind flight, bomb control mechanism, ceiling, cooling system, double loop, engine starting system, fall leaf, flat bank*. На початку 30-х рр. активно вживаються терміни *air weather group, balloon race, frontal zone, radio sondes, stratoflight,*

stratospheric balloon, stratostat, stratosuit у зв'язку з тим, що вдосконалені повітряні кулі використовувалися з науковою, спортивною та метеорологічною метою.

Наприкінці 30-х рр. ХХ ст., коли фюзеляж літака почали виготовляти з метала, до авіаційної термінології входить морський термін *stringer*, оскільки тепер корпус літака підтримують такі ж стрингери, що й у морських суднах. Продовжуються роботи над удосконаленням конструкцій літальних апаратів, що збагачує англійську мову низкою авіаційних термінів. Це перш за все терміни на позначення нових типів літаків – *ambulance airplane, fighter airplane, general purpose airplane, scout-bomber*; техніки пілотування – *figure flight, half-roll, lowering, outside loop*; технічних характеристик літака – *body lift, coefficient of flight, flap angle, flight angle, gas turbine, jet engine, jet propulsion*.

У роки другої світової війни відбувається подальший інтенсивний розвиток авіації: визначаються види авіаційних військ та служб – *air troops, maintenance service, medical aviation service, paratroop battalion, paratroops*; вдосконалюється протиповітряна оборона – *counter air fighter, defensive air operation*; з'являються нові типи літаків – *air evacuation transport, interceptor*.

Після другої світової війни розвиток авіації відбувався ще більш інтенсивно. Народжуються нові галузі авіаційної промисловості – реактивна та ракетна, що викликає потребу в нових авіаційних термінах для найменування нових предметів і явищ: *convertiplane, fall-away, flare-out, pulsejet, rocket-airplane, sweptwing, turbojet, turboprop, turboramjet, turbo-rocket*.

Розвиток космонавтики в США та польоти американських космічних кораблів збагатили англійську мову низкою нових термінів: *automatic probe, blast-off, count-down, splashdown, cosmonautics, space science, cosmic biology, space medicine, space industry, space technology*.

Подальші успіхи у розвитку космонавтики збагатили авіаційну термінологію англійської мови термінами *cosmonaut crew, multiseater spaceship, spaceship commander, space aerobatics, space-walking suite, lunar module, lunar travel, moon landing, moon rocket, moonship, coupling, docking, linking, uncoupling*.

Отже, становлення термінології, її розвиток ініціюються позамовними чинниками, але самі процеси формування і розвитку термінології, так само як результат цих процесів, регулюються законами мови. В термінології більшою мірою,

ніж в інших шарах лексики, проявляється взаємодія лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників. До основних екстралінгвальних чинників, які стимулюють розвиток англійської авіаційної лексики, належать 1) війни ХХ – початку ХХІ століття, 2) нові покоління авіаційної техніки, що сприяють появі лінгвальних інновацій.

У рамках розгляду історичної ретроспективи формування англійської авіаційної термінології вважаємо за потрібне висвітлити основні лінгвістичні та екстралінгвістичні фактори розвитку фахової підмови радіообміну.

Англійська мова стала використовуватися для підтримки зв'язку з повітряними судами в 30-х роках ХХ століття. Легко впізнаються "flight plan" в FPL, "cancel" в CNL, "coordination" в CDN. У Щ-кодах (Q-codes) більшість кодувань придумано штучно, але і тут залишилися «екземпляри», які ще піддаються розшифровці. Відомо, що Q – це "question", тобто всі коди, що починаються на Q, є запитами або відповідями на запит будь-якої інформації. Тобто, QFE – це "question: field elevation", або «який тиск на рівні аеродрому?», QCA – "question: change altitude", або «дозвольте перейти з абсолютної висоти ... на ...».

Радіотелефонний алфавіт, яким пілоти користуються сьогодні, не завжди був таким. У 1930 році "A" була "Amsterdam", "B" – "Baltimore", тобто, використовувалися назви великих міст різних країн. У 1932 в ефірі можна було почути різні алфавіти: "K" могло бути і "Kimberley", і "Kilogram", а "Z" – "Zululand" або "Zurich". В 1945 "A" – це "Affirm", а "B" – "Baker". У 1947: "A" – "Abel", "B" залишився "Baker". І тільки у 1954 році з'являються знайомі нам Alpha, Bravo, Charlie, Delta, Echo, Foxtrot, Golf, Hotel, India...

Використання англійської мови як засобу спілкування при виконанні міжнародних польотів було обумовлено причинами історичного та політичного характеру. Ці причини були зумовлені американськими піонерами авіації братами Вілбером та Орвіллом Райт (Write). Хоча вони винайшли і побудували свій перший літак майже на 20 років пізніше, ніж А. Ф. Можайський, історія розвитку їхнього дітища не переривалася війною і політичними кризами. У тридцять роки американці й англійці вже мали досить розгалужену мережу міжконтинентальних маршрутів, що сполучали метрополії з колоніями і «зонами національних інтересів», на яких використовувалися (через відсутність підготовлених аеродромів) гідролітаки. Отже, освоєння земної кулі авіацією починалося здебільшого англійською мовою.

З розвитком нових технологій, з початком застосування голосового зв'язку ця тенденція зберіглася. Після створення Міжнародної організації цивільної авіації застосування англійської мови при міжнародних польотах було закріплено (хоча і з реверансами в бік можливого використання інших мов) в нормативних документах ІКАО. У другому томі Додатка 10 (п. 5.2.1.2) говориться: «До того, як буде розроблена і прийнята більш відповідна форма мовлення для всезагального використання в авіаційному радіотелефонному зв'язку, на всіх наземних станціях, які обслуговують закріплені за ними аеропорти та маршрути, які використовуються для забезпечення міжнародного повітряного сполучення, слід застосовувати англійську мову...» [8].

Висновки і пропозиції. Викладене дає підстави виділити наступні періоди в розвитку авіації, та відповідно, найвизначніші віхи розвитку авіаційної термінології:

I період – 1783 – 1863 рр. – від запуску повітряної кулі братів Монгольф'є до опублікування маніфесту, що закликав створювати апарати важче за повітря.

II період – 1864 – 1903 рр. – від перших спроб створити керовані літальні машини до успішного випробування аероплана братів Райт.

III період – 1904 – 1918 рр. – від аеропланів як виду спорту до їх використання у першій світовій війні.

IV період – 1919 – 1945 рр. – від використання літаків як засобів транспортування пасажирів та вантажів до створення військових літаків та їх використання у другій світовій війні.

V період – 1945 – 1960 рр. – від удосконалення транспортних та військових літаків до створення реактивної та ракетної авіації.

VI період – 1961 – 2013 рр. – від початку польотів космічних кораблів до сьогодення. Період подальшого удосконалення всіх видів літаків та систем їхньої експлуатації.

Таким чином, дослідження, проведене на основі соціолінгвістичного методу кореляції мовних та екстралінгвістичних факторів, дозволяє зробити такі висновки:

Походження та семантичний склад авіаційних термінів обумовлені появою та розвитком відповідних предметів, процесів та явищ авіаційної науки та техніки. Отже, семантичну структуру термінів необхідно розглядати на стику двох наук – лінгвістики та відповідної галузі науки та техніки.

Екстралінгвістичний підхід до виникнення та еволюції термінів надає можливість розкрити

причинну обумовленість появи того чи іншого терміна в англійській мові, а також отримати нові відомості про його семантику та етимологію.

Перспективами дослідження вбачаємо встановлення прагматично зумовлених особливос-

тей функціонування термінів у різножанрових авіаційних текстах та розробку методики проектування та принципів творення сучасного двомовного тезауруса англійської фахової мови авіації.

Список літератури:

1. Авиация: Энциклопедия / [ред. Г. П. Свищев]. М. : Живой язык, 1994. 544 с.
2. Акимова О. В. Термин как единица терминологического поля и профессионального дискурса в разноструктурных языках (на материале терминологии макрополя «Радиообмен гражданской авиации» в русском и английском языках): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Акимова Ольга Валерьевна; Казанский государственный педагогический университет. Казань, 2004. 254 с.
3. Критенко А. П. Тематичні групи слів і омонімія. *Слов'янське мовознавство*. К., 1962. Вип. 4. С. 198–211.
4. Мальковская Т. А. Англо-русские соответствия в языковой структуре радиообмена в режиме общения пилот-авиадиспетчер: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Т. А. Мальковская. Пятигорск, 2004. 163 с.
5. Пчелинов А. Ф. Профессиональное общение и безопасность полётов. *Вопросы психологии*. 1982. № 6. С. 127–128.
6. Строева Ю. Ю. Образ автора в англоязычном научно-популярном авиационном дискурсе. *Современные проблемы науки и образования*. 2008. № 3. С. 134–142.
7. Шломан А. Иллюстрированный технический словарь на шести языках: нем., англ., фр., русск., исп. Автомобили, моторные лодки, аэросани, аэропланы / А. Шломан. С.-Петербург : Культура, 1910. 1036 с.
8. Doc 8400. Правила аэронавигационного обслуживания «Сокращения и коды ИКАО». ИКАО, 2010. 102 с.
9. Flight International. URL: <http://www.flightglobal.com/blogs/flight-international/>
10. ICAO Aviation English ONLINE. URL: <http://aviationenglish.com/>
11. ICAO DOC Series. URL: http://www.icao.int/publications/Documents/7300_8ed.pdf
12. Stubelius S. Airship, aeroplane, aircraft, Studies in the history of terms for aircraft in English. Gothenburg, 1958. 342 p.
13. UNIGEN – universal language of aviation / W. R. Francs, J. Sontindam, I. Maylor et al. // *Aviation space and environment medicine*. 1990. V. 51. № 4. P. 334–349.

Usova I. V. ENGLISH AVIATION PROFESSIONAL LANGUAGE: FORMATION, GENERAL FEATURES AND SPECIFIC CHARACTERISTICS

The article analyzes and systematizes the English professional language of aviation; the ways of its formation, structural, semantic and communicative and functional features of aviation terms are characterized. In particular, attention is focused on the study of the basic features of English professional texts on aviation: objectivity, emphasized logic and argumentation, conceptual accuracy and clarity, extensive use of complex sentences, in particular complex sentences with a clear logical connection between components, the use of words in their direct meaning, the prevalence of scientific terminology, the use of various standard expressions, clichés, the predominance of nouns and relative adjectives over verbs. Professional language is used in a certain professionally limited field to ensure professional communication between specialists in a certain field. Its specific features are manifested at three levels: lexical, syntactic and textual. The professional language of aviation is understood as the totality of all linguistic means used in the communication field of aviation with the aim of achieving understanding between all specialists in this field. The author examines the main periods in the development of aviation, and accordingly, the most significant milestones in the development of aviation terminology. Aviation terminology of the English language arose in connection with the emergence of aeronautics and aviation, and its development took place in parallel with the development of these branches of knowledge. These are terms for all types of aircraft; their structures, engines and support systems; armament; types of ground support; service personnel in the air and on the ground; concepts of aerodynamics, meteorology, radar, aerial photography, paratrooper service and aviation medicine. As a result, it is proven that the origin and semantic composition of aviation terms are determined by the appearance and development of the relevant subjects, processes and phenomena of aviation science and technology. The idea is postulated that an extralinguistic approach to the emergence and evolution of terms provides an opportunity to reveal the causality of the appearance of a particular term in the English language, as well as to obtain new information about its semantics and etymology.

Key words: technical language, aviation discourse, English aviation technical language, aviation term, ICAO document.

ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

UDC 81

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/45>*Abbasova Vusala*

Azerbaijan University of Languages

ANTONYMY OF SOCIO-CULTURAL METAPHORS SUMMARY

Antonym is a universal linguistic phenomenon observed in all languages and at different language levels. Traditionally, words that are opposed to each other and have opposite meanings are considered antonyms, but there are differences of opinion in the definition of antonyms in linguistics. Antonyms are words that express opposite aspects and characteristics of concepts in real life. The fact that antonyms are always found in pairs consisting of two words and that «opposite» relations in the words expressing quality in the language are observed in a wider volume and clearly are the main aspects that distinguish them from other groups of semasiological words. In modern linguistics, along with the «traditional» types of antonyms in English, the «new» types such as ancillary, coordinated, comparative, distinguished, transitional, negated, etc., which are distinguished purely on the basis of corpus-based study features, are also investigated and analyzed. In English, words with the opposite meaning are encountered among all parts of speech, and adjectives and nouns denoting quality stand out here. The article talks about the metaphoric nature of socio-cultural metaphors in English. While interpreting this problem, attention is paid to the place of antonyms in the lexical system of the language, the philosophical and linguistic conditions of their formation. When talking about the linguistic features of antonyms, the semantics of antonyms and their metaphorical features have been fundamentally investigated. During the analysis, the metaphoricity of both sides of the antonyms, the real meaning of both sides and the metaphoricity of one of the sides were distinguished. At the end of the article, it is concluded that in English, antonyms can create a system like synonyms, and their stylistic side is more addressed in modern linguistics.

Key words: English language, social, cultural, antonym, system.

Introduction. Antonyms are one of the most actively used units of the lexicon. They have two sides, carrying opposite meanings. Because an antonymic pair is formed based on the opposite meaning of one with the other. In the lexicon, such units perform a multi-planar function both nominatively and functionally. It covers a wide area in the radius of all styles of artistic language, from ordinary speech. Even in ancient Greece, thinkers saw the function of antonyms in language and expressed very important ideas about it. In the modern era, in traditional grammars and rhetoric, they talked about the function of antonyms in the language and prepared very valuable dictionaries [2]; [3].

Purpose and tasks of the research. The purpose of this article is to study the terminology of antonyms in the interaction of the form, content and function properties of the English language, to identify similar and distinctive features related to the Azerbaijani language properties. The tasks are; 1) to identify

and systematize the types of antonyms; 2) to analyze the literature related to the problem; 3) to observe the usage features of antonyms, 4) to determine the existing structural and semantic features of antonyms and their variants.

Scientific novelty of research. For the first time, the semantic content of antonyms in the materials of two languages – Azerbaijani and English, as well as their place of definition, its category-grammatical features, lexical-semantic features, thematic groups, formation of means of expression, structure, textual activity and lexicographic content (usage in dictionaries) is investigated.

Methods and sources of research. The issues raised in advance determine the methods of their resolution and verification. Comparative and comparative-contrastive methods are used. Linguistics and modern terminological dictionaries are used as sources, especially those related to terminology related to antonyms.

A review of recent research and publications. Rich sources were used to research the topic. During the research, books on linguistics were reviewed, and the dictionary of antonyms was examined. According to the topic of the article, the semantic structure of the Azerbaijani and English languages was compared, and features related to antonyms were compared. During the research, the vocabulary of the Russian language was refined, and Russian-English dictionaries were used. Oxford Dictionaries, Charles Dickens's Bleak House are among the sources used.

Presentation of the main material. In the 50s and 60s of the last century, a large number of scientific research works were devoted to this topic in the context of lexicon research. In recent times, more attention has been paid to the functional side of the study of antonyms, and new research works have appeared on their function in the direction of speech optimization in the communication process. In theoretical linguistics, there are no fundamental controversial points regarding antonyms and their definition. Although there are sometimes different opinions about relative and absolute antonyms, we do not see this as a serious matter of dispute. Therefore, antonyms can be considered as an undisputed linguistic unit of the lexicon.

Antonyms in English have a very wide semantic content. E.N. Miller classifies them as follows:

1. Time content;
2. Spatial content;
3. Quantitative content;
4. Antonyms with qualitative content [5, 23].

The words in the vocabulary of the language enter the system of various associations, and as a result, the antonymy of words with quantitative and qualitative content appears. A group of words can also form one side of an antonymic row in the context of metaphor, since they cannot fit into the mentioned pattern:

In linguistics, antonyms are divided into the following groups:

1. Antonyms that indicate qualitatively opposite meanings;
2. Antonyms indicating additionality (eg: ya-ya);
3. Antonyms denoting opposite directions [3].

Antonyms in English include basic nouns and adjectives, verbs and adverbs, as well as antonyms of words formed with prefixes. However, there are words in English that do not have antonyms. For example: hand, face, nose, table, book [1].

The opposite is a model of consciousness, it comes from life itself. It covers a large sphere, from opposites of colors to signs of objects, to opposite entities and signs related to them. They are indicators

of social consciousness. Because, in addition to this feature of the peoples of the world, new meanings of antonyms also appeared in the context of understanding some lexemes depending on their national-mental characteristics. Antonyms tend to expand and enrich like synonyms from the point of view of semantic structure. This is dictated by the nature of the language itself. In world languages, including English, antonyms are one of the language units showing lexical enrichment. They have a wide range of parts of speech. For example: relating to adjectives:

cheerful – gloomy; rich – poor; tall – short, related to verb: to accept – to refuse; absence-presence; related to noun: attic-cellar; brother-sister; autumn-spring.

Antonyms can create a system of opposites by standing in the position of semantically logical opposition. For example, first – last; hard – easy, young – old, clean – dirty, front – back, big – small, clever – stupid. In examples of this type, the antonymic system represents the realities that people live in everyday life: good-bad; near – far; reflects the young – the old. Let's also note that the antonymic system of lexical units is a defined system of language signs. They exist in dictionaries independently of each other. However, their system is defined in the semantic aspect. The point is that if ambiguity is determined by the situation, then the conditions of realization of the new semi have a certain degree of dependence. But the antonymic system does not have such dependence, it is free. They can even be used opposite each other in the same text or sentence:

“It was the best of times, it was the worst of times; it was the age of wisdom, it was the age of foolishness; it was the spring of hope, it was the winter of despair...” [9].

Here, the antonym «the best, the worst» within one sentence created a highly poetic effect.

In English, antonyms form a whole system; sometimes there is a synonymous row of one side, sometimes of two sides:

Funny, amusing – serious;

Calm, quiet – noisy, excited.

To bore – to amuse, to be interested in;

Cold, cool – hot, warm;

Awful, terrible – great, excellent, wonderful;

Funny, amusing – serious;

Evident, obvious, clear – vague, obscure;

Delicious, tasty – tasteless, inedible.

Attentive – inattentive.

The mentioned system is characterized by the synonymous row of both sides. As the examples show, synonymy can apply to one side as well as to both sides. In such a case, it is necessary to talk about the antonymy of the synonymous line.

Some of the antonyms in English are formed due to prefixes (dis-, im-, un-, ir)(6).

- Accurate – **in**accurate;
- Active, energetic – **in**active, passive;
- Attentive – **in**attentiv;
- Convenient – **in**convenient;
- Correct – **in**correct, wrong;
- Fair, just – **un**fair, **un**just;
- Qualified – **un**qualified.

Antonyms are a stylistic category as well as a lexical category. These mentioned aspects complement each other. Because the antonym first exists as a lexical aspect, their stylistic aspect is formed later; potentially manifested as an intellectual aspect based on the situation. Therefore, there are two main aspects of the study of antonyms in linguistics:

1. Logical approach. In this aspect, the linguistic unit is lexemes that are logically related to each other.

2. Functional approach. This aspect is related to the stylistic feature of anthroponyms [1].

Antonyms of this type can be considered lexical-grammatical antonyms. Because the semantic base of those language units are non-antonymous units. However, the antonyms that exist in the lexical system of the language without any formal signs are purely lexical antonyms. Therefore, those language units can be considered purely as lexical antonyms. The main reason for their differentiation is related not only to the role of prefixes, but also to the fact that the semantic base of those words has the opposite meaning. Lexico-grammatical antonymy is a meaning created later against some lexeme. Lexical antonyms come from life itself, the opposite is purely the entities that surround us.

A feature of antonyms is related to the possibility of metaphoricity in each synonymous line of the sides. This feature manifests itself in two ways:

1. The presence of metaphoricity on both sides;
2. The presence of metaphoricity in one of the parties.

I. Presence of metaphoricity on both sides: This type of antonyms is based on polysemy.

1. On such an afternoon some score of members of the High Court of Chancery bar ought to be--as here they are--mistily engaged in one of the ten thousand stages of an endless cause, tripping one another up on slippery precedents, groping knee-**deep in technicalities**, running their goat-hair and horsehair

warded heads against walls of words and making a pretence of equity with serious faces, as players might [9].

2. A shallow analysis of contemporary society.

In the given example, «deep in technicalities» and «shallow analysis» are antonyms of «deep, shallow» metaphors. Metaphorical associations are intersections of lexemes belonging to different semantic fields in one focus. Associations between them are the product of cognitive activity. Metaphors existing in a certain language become a product of social consciousness, and after some time some of them lose their imagery and become deleted metaphors. The metaphors above were actively used metaphors in English. Included in the antonymic row

«shallow» has become a metaphorical lexeme referring to society.

Another examples:

1. **Frequent** changes in policy;
2. It's **rare** to meet someone who's content with their life (8).

3. How Alexander wept when he had no more worlds to conquer, everybody knows – or has some reason to know by this time, the matter having been rather **frequently** mentioned. The person I had seen in pattens, who I suppose to have been the cook, **frequently** came and skirmished with her at the door, and there appeared to be ill will between them; [9]

4. Not that she is so, but that “the most is made,” as the Honourable Bob Stables has **frequently** asserted upon oath, “of all her points.” [9].

5. We conversed in a low tone because a full dressed gentleman in a bag wig **frequently** came in and out, and when he did so, we could hear a drawling sound in the distance, which he said was one of the counsel in our case addressing the Lord Chancellor(8).

“Frequently mentioned”, “Frequently meets”, “Frequently swears”, “Frequently enters” are metaphors with “Frequently” deleted. “rare” standing in a row of dozens of antonyms. It can be completely metaphorical. In the second example above, “It's rare” is a metaphor and is semantically antonymous with “frequent”. The first and second examples belong to the complete metaphorical antonymic line and are very actively used in modern literary texts as well as journalistic texts. For example:

1. **Atterrible** crime-
2. This has been another **great** year
3. I am by no means **gloomy** about the prospects for domestic industry

II. Antonyms observed on both sides with the predominance of the true meaning:

A metaphorical system can have a metaphorical meaning, just as a system on one side can have a heteral meaning. Then the metaphorical meaning forms a link in the synonymous line of antonyms. Metaphors of this type occur within the framework of polysemy – associations arising in any lexeme:

1. She carries some small litter in a reticule which she calls her documents, principally consisting of paper matches and **dry** lavender [9].

2. These are all yawning, for no crumb of amusement ever falls from Jarndyce and Jarndyce (the cause in hand), which was squeezed **dry** years upon years ago (9).

3. The weather for many a day and night has been so wet that the trees seem **wet** through, and the soft loppings and prunings of the woodman's axe can make no crash or crackle as they fall [9].

4. I **went** up to my room, and crept to bed, and laid my doll's cheek against mine wet with tears, and holding that solitary friend upon my bosom, cried myself to sleep (9).

In all the examples given above, the antonyms are based on the true meaning is available. Such grouping has a relative character; the ratio of metaphoricity in the antonymic system can change in both literary and journalistic texts. It is called "rich"- "poor"; The same can be said about the antonym system "anoisy" – "quiet".

III. The presence of metaphoricity in one of the parties:

Because the English language is so rich, the antonymic system, which is metaphorical on both sides, is very useful in literary texts; they increase the imagery of artistic language and its effect. Metaphorical antonyms can be different according to the coefficient of antonymy, for example:

1. He came **quite** opposite to me from the other corner of the coach, brushed one of his large furry cuffs across my eyes (but without hurting me), and showed me that it was wet [9].

2. When the house was out of sight, I sat, with my birdcage in the straw at my feet, forward on the low seat to look out of the high window, watching the frosty trees, that were like beautiful pieces of spar, and the fields all smooth and white with last night's snow, and the sun, so red but yielding so **little** heat, and the ice, dark like metal where the skaters and sliders had brushed the snow away [9].

3. My godmother had left Mrs. Rachael all the **little** property she possessed; and there was to be a sale; and an old hearthrug with roses on it, which always seemed to me the first thing in the world I had ever seen, was hanging outside in the frost and snow [8].

4. Standing on a seat at the side of the hall, the better to peer into the curtained sanctuary, is a **little** mad old woman in a squeezed bonnet who is always in court, from its sitting to its rising, and always expecting some incomprehensible judgment to be given in her favour [9].

5. He did not speak to me any more until he got out of the coach a **little** way short of Reading, when he advised me to be a good girl and to be studious, and shook hands with m.

But my **little** body will soon fall into the background now [9].

6. We looked at one another, half laughing at our being like the children in the wood, when a curious **little** old woman in a squeezed bonnet and carrying a reticule came curtsying and smiling up to us with an air of great ceremony [9]. It was possible to observe this in the given examples. "Guite" is used in the meaning of "very little" in the second example, "small" in the third example, "small" in the fourth example, "small" in the fifth example, and "small" in the sixth example. The concept of "small" that unites them all is the main and leading meaning in the antonym system. The meanings around it become concrete depending on the situation in view of that concept.

In literary texts, antonyms, especially metaphorical antonyms, have a very important pragmatic load. Textual pragmatics is related to the social function of the text. The social function is related to the social-moral function of any normal text within society. The role of the text in society is related to this.

Style is a broad concept. A writer's style is a phenomenon that reflects his individual language characteristics. The meaning of units related to language levels in the writer's language is individual creativity and innovation. Therefore, from the point of view of the writer's style, the use of antonymous metaphors in literary texts manifests itself in two ways:

1. Completely innovative metaphorical antonyms;

2. The use of metaphors in the language in a new situation in the literary text.

In all cases, stylistic metaphors contribute to the author's intention:

"Bless you, miss, wherever you go!" and when the **ugly** lame) old gardener, who I thought had hardly noticed me in all those years, came panting after the coach to give me a little nosegay of geraniums and told me I had been the light of his eyes – indeed the old man said so! – what a heart I had then!" [9].

C. Dickens' names "old gardener", "ugly old man" become the bearer of the author's attitude towards the old man. The author's approach to him

is full of disgust. This is the stylistic feature of the mentioned antonymic lexeme. In another example, the lexeme “beautiful” as its antonym is the bearer of the mentioned characteristics:

“And so she used to sit propped up in a great armchair, with her **beautiful** complexion and rosy lips, staring at me—or not so much at me, I think, as at nothing--while I busily stitched away and told her every one of my secrets” [9].

“Her” beautiful skin” is presented with the sympathy of C. Dickens, the author’s “o” is respected. The issue is that the use of antonyms used in different situations is an indicator of the functional feature acquired in the author’s style of the antonymic lexeme used in different situations. Another example:

“When the house was out of sight, I sat, with my birdcage in the straw at my feet, forward on the low seat to look out of the high window, watching the frosty trees, that were like **beautiful** pieces of spar,

and the fields all smooth and white with last night’s snow, and the sun, so red but yielding so little heat, and the ice, dark like metal where the skaters and sliders had brushed the snow away” [8].

In this text, it is used as an antonym of the lexeme “that were like beautiful pieces of spar” and is stylistically loaded as an expression of C. Dickens’ sympathy.

In literary texts, each lexeme can contribute to the author’s intention, this choice depends on how the author understands and expresses events or objects. The choice itself is the result of complex cognitive processes, there are many factors that determine it. One of the main factors is the author’s mastery of the intricacies of his native language. This feature is also related to the grammar of authors who speak and write in a foreign language, which is mastered at approximately the level of the mother tongue. This is often observed in modern practice.

Bibliography:

1. Antonymy and identification of the main means of its expression in English: <https://lib.rosdiplom.ru › library › prosmotr>
2. Joseph Devlin: Dictionary of synonyms and antonyms of the English language: <https://www.labirint.ru/books/146938/ISBN: 5-9524-1480-X, Pages: 559>.
3. Antonyms. Linguistic encyclopedic dictionary: <http://tapemark.narod.ru › lesinov>
4. English-Russian and Russian-English synonymous dictionary. Wako, 2005. 220 p.
5. Miller E.N. The nature of lexical and phraseological antonymy. Saratov, 1990.23.).
6. Negative prefixes (dis-, im-, un-, ir-) – wallstreet ...<https://www.wallstreetenglish.ru › blog › otritsatelnyye>
7. Oxford Dictionary of English. Ed. by C. Soanes, A. Stevenson // Oxford : Oxford University Press, 2003.
8. by Charles Dickens :BLEAK HOUSE: <https://studyenglishwords.com>

Аббасова Вюсала. АНТОНИМІЧНІСТЬ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ МЕТАФОР

Антонім – це універсальне мовне явище, яке спостерігається в усіх мовах і на різних мовних рівнях. Традиційно антонімами вважають слова, які протиставляються одне одному і мають протилежне значення, але в лінгвістиці існують розбіжності у визначенні антонімів. Антоніми – це слова, які виражають протилежні сторони та ознаки понять у реальному житті. Той факт, що антоніми завжди зустрічаються парами, що складаються з двох слів, і що «протилежні» відношення в словах, що виражають якість, у мові спостерігаються в більш широкому обсязі і чітко є основними аспектами, які відрізняють їх від інших груп семасіологічних слів. У сучасній лінгвістиці, поряд із «традиційними» типами антонімів в англійській мові, з’явилися «нові» типи, такі як допоміжні, узгоджені, порівняльні, виділені, перехідні, заперечені тощо, які виділяються виключно на основі корпусного дослідження. особливості, також досліджуються та аналізуються. В англійській мові слова з протилежним значенням зустрічаються серед усіх частин мови, тут особливо виділяються прикметники та іменники, що позначають якість. У статті йдеться про метафоричність соціокультурних метафор в англійській мові. При осмисленні цієї проблеми звертається увага на місце антонімів у лексичній системі мови, філософсько-лінгвістичні умови їх утворення. Говорячи про мовні особливості антонімів, фундаментально досліджено семантику антонімів та їх метафоричні особливості. Під час аналізу було виділено метафоричність обох сторін антонімів, реальне значення обох сторін і метафоричність однієї зі сторін. Наприкінці статті зроблено висновок, що в англійській мові антоніми можуть створювати таку ж систему, як синоніми, а їх стилістична сторона більше розглядається в сучасній лінгвістиці.

Ключові слова: англійська мова, соціальна, культурна, антонімічна, система.

Jamalzade N. E.

Azerbaijan University of Languages

HIERARCHICAL SENTENCE STRUCTURE IN THE DEPENDENCY GRAMMAR MODEL

The article is devoted to the hierarchical structure of the sentence in the dependency grammar model. According to the dependency theory, the verb affects the determination of the hierarchical structure of the sentence. According to this theory, it is suggested that the center of the sentence begins with the verb. At the same time, the article analyzes the valence and complements of the verb and their number. The first complement of the verb acts as the subject of the sentence. According to Lucien Tesniere's theory, he explains the dependency relations in the sentence with his dependency grammar model. According to his model, the verb is the predicate of the sentence and governs other parts of speech. The analysis in the article suggests that all the necessary elements in the sentence are determined by the verb in terms of form, function and position. It is clear from the article that the main assumption of dependency grammar is the structural connection of two elements and their dependence on each other.

The article also compares valence and dependency theory. Dependency grammar models the structural organization of a grammar using different dependency connectors. Thus, it describes the types of relations that can be realized in grammar, from which concrete realizations can arise. Whether these realizations are valence realizations or realizations of completely different relations is considered irrelevant from the point of view of dependency grammar. Dependency grammar reflects all grammatical realizations, regardless of their origin. According to valence theory, it deals with the ability of verbs and prepositions to attach to other words. The difference between quantitative and qualitative valence is explained. The idea of valence is kind of reminiscent of an atom and its particles. The verb and the spaces around it and the words governed by the verb that can locate there. It is also emphasized that one of them refers to the form, and the other to the meaning of the syntactic element.

Key words: *Dependency grammar, valence, actant, circumstant, syntagmatic.*

Introduction. According to the dependency theory, the hierarchical structure of the sentence is explained as the determination of the verb. So to speak, the center of the sentence begins with the verb. A verb requires a certain number of complements in a sentence due to its valence. The subject of the sentence is the first complement or actant of the verb. Lucien Teniere explains dependency relations in a sentence with his model of dependency grammar (1:142). Based on his model, the verb becomes the predicate of the sentence and controls other parts of speech. From here we can come to the idea that all the necessary elements in the sentence are determined by the verb in terms of form, function and position.

Discussion. The basic assumption of dependency grammar is that two elements are structurally connected and dependent on each other.

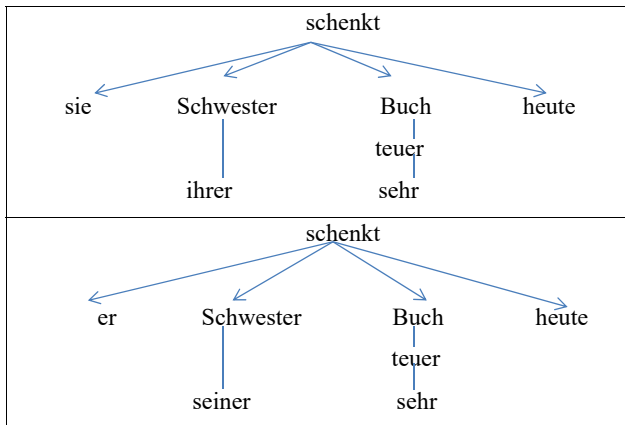
Er singt. – According to dependency theory, there are three elements in the sentence. Two elements and the relationship between them. The center of syntax and other words directly or indirectly subordinate to itself is the verb. Therefore, the verb has created a

central node and can create several relations besides itself. As a result of these relationships, the elements are divided into actants and circumstants according to the degree of dependence on the verb (1: 145).

Additional dashes can be used to mark semantic-syntactic relations between elements. The fact that they exist in German can be seen by replacing the feminine pronoun *sie* in the neuter singular with the masculine pronoun *er*. In this case, it is necessary that the possessive pronoun also changes so that the unit of meaning of the sentence is not violated. For ex:

Dependency grammar was developed by L. Teniere on the basis of the grammar of the French language, but this theory can be applied to the German language if the sentence is analyzed correctly (1:142). The correct determination of circumstants and actants in the sentence contributes to the accuracy of the analysis.

In dependency grammar, the control of the verb and valence are necessary for the development of the dependency model of the sentence. Just as an atom



binds to itself other elements, so a verb binds to itself a certain number of actants. Both the linguistic and the chemical element have a certain valence (1: 150).

Valence theory deals with the ability of verbs and prepositions to bind other words to oneself. There is an absolute difference between quantitative and qualitative valence. The idea of valence is a kind of reminiscent of an atom and its particles. The verb and the spaces around it and the words that can make a decision there, are subordinate to the verb and fall under its control (2:107). The valence of a verb depends on how it makes the word dependent on itself:

Avalent verbs – impersonal verbs. (Es regnet.)

Monovalent verbs – verbs with a subject. (Sie weint.)

Bivalent verbs - verbs with subject and object. (Ich lese ein Buch.)

Trivalent verbs – verbs with two objects (Dat. Akk.). (Er gibt mir einen Kugelschreiber.) (2:107)

Sometimes the difference between mandatory, necessary actants depending on the verb and independent, facultative actants in the sentence can be difficult to determine in German.

Sie wohnt in Berlin. – Sie kocht eine Pizza in der Küche.

In the first sentence, the verb to live semantically requires absolute space. In the second sentence, however, the space is not so important. This sentence is syntactically complete, even without specifying the space.

In contrast to L.Tesniere’s theory, linguist K. Buhler in his work “Linguistic theory” applies other parts of speech to words that gather elements like atoms around them. (2). It should be noted here that the concept of valence should not be equated with syntagmatic relationships such as control and compatibility. The control of the verb reflects the fact that the form of one constituent is determined by another. Concordance is the agreement of sentence

elements according to grammatical categories such as person, quantity and case. Valence, on the other hand, is a deeper level. What matters here is how cohesive the word is and how this function is realized within the sentence (2:108). The advantage of L.Tesniere’s theory is that the concept of valence has found its place in syntax. It transforms the property of being a carrier of a verb into an integral part of his grammatical model. Its point of departure is the hypothesis that the structural principle of the entire sentence stems from the valence properties of the verb (2: 110).

One of the linguists who wrote about the levels of valence is Helbig Schenkel. He mentions 3 levels of valence in his dictionary: syntactic, semantic and logical. Y. Yakobs talks about different valence relationships in his program called “Contra Valence” (8).

The main point of Y.Yakobs’ reasoning is the set of syntagmatic relations that exist between the object and the verb, but do not exist between the adverb and the verb (8). These relationships are discussed under the keyword valence in linguistic studies.

There are 2 special criteria for distinguishing the actant and circumstant in the sentence. One of them refers to the form, and the other to the meaning of the syntactic element. The actant form expressed by the noun presents itself as an element dependent on the verb. For ex: *Peter schlägt Bernard*. And the circumstant, expressed only by the adverb, if it is expressed by a noun, must first reflect the sign of the adverb with the apron. For ex: *Peter geht durch die Strasse*. In the example, it is clearly seen that the word “die Strasse” shows the adverb with the help of the prefix “durch”.

The point of meaning is so unified with the subject and the actant verb that the meaning of the verb cannot be determined without it. For ex: In the sentence *Peter schlägt Bernard* it is “Bernard” that definitely plays an important role in the formation of meaning. In the second example, *Peter geht* himself is the actant which freely completes the thought correctly. In other words, it is not important how, with whom and with what Peter goes. In this analysis, it can be concluded that in German, the Dative and Accusative case of the noun can be the second and third actant in the sentence. Otherwise, if these actants are arranged with the help of prefixes, they are closer to the circumstants. For ex.: *Peter gibt das Buch Peter*.

On the contrary, some objects are actants in themselves and are closely related to the verb, and without them the meaning of the verb is not conveyed correctly. For ex.: *Peter zieht den Anzug an*.

Den Anzug cannot be an actant in a sentence because it is considered circumconstant to belong

to the second actant which performs the action in the sentence and in the second actant is neither the second actant who is subjected to the action nor the third actant is benefited or harmed as a result of the action. Indeed, the word “den Anzug” accompanies and determines the action of the verb.

So, in order to separate actant and circumstant in a sentence, we must look for it between the third actant and circumstant. We must look for between the third actant and the circumstant. The third actant is German, in Latin its Deutsch is prefixed in French. For ex: jemandem schaden – to harm someone, jemandem eine Freunde bereiten – to please someone. In contrast, circumstantial completeness is mainly used in the genitive and dative. For ex: von jemandem abhaugen – to depend on someone. It turned out to us that in German the elements to the verb were actants and circumstants. The principle of sentence construction in German is to write one of the actants or circumstants that depend on the verb at the beginning of the sentence, then write the verb (ie in II place) and other actants.

So, it is possible to construct the sentence in different ways without changing the meaning.

Ich las gestern einen deutschen Text ohne Wörterbuch.

Gestern las ich einen deutschen Text ohne Wörterbuch.

Einen deutschen Text las ich gestern ohne Wörterbuch.

Ohne Wörterbuch las ich gestern einen deutschen Text.

Each of these options is correct, the only difference between them is the emphasis on the word that precedes each. According to J.Jurken, the role of a link that holds several keys together is played by a verb in a sentence. If we apply this analogy to the sentence structure in German, the first key is the verb - the ring verb knot - and the other keys are in the elements that depend on the verb. This sentence structure gives grounds to say that the place of the verb in German changes depending on its type, and new interrogative sentences also appear in the first place, in the second place in the sentence, and at the end of the sentence (3). So in German the verb has a fixed invariable place depending on the type of sentence. And finally, we can say for sure that each element subordinate to the verb has a fixed place in the sentence, regardless of whether it is actant or circumstant. Naturally, each element subordinate to the verb can be in the role of subordinate in itself and make other elements dependent on itself. That is, it can make the verb knot hanging. That is, the verb

knot occupies a single fixed place, regardless of the degree and number of subordinates: For ex: *Mein Freund gibt mir ein Buch. Mein Freund, der mir bei der Prüfung helfen möchte gibt mir ein Buch.*

Regardless of the width of the sentences, the verb knot is constant and invariable in both. In order for the structure of the sentence in German to be clear, its actant and circumstant must be subordinate to the verb. In this case, the structure of the German language is stable and uniform, regardless of the type of knot (3). It is the stability of the sentence structure in the German language that makes it possible to study it in terms of different word classes. Let us make your mind clear. In German, there are groups of verbs that are characteristic of the infinitive and complex tenses, and their place in the sentence is different. For ex: *Peter wird diesen Text morgen fertig gelesen haben.*

Wird Peter diesen Text morgen fertig gelesen haben.

Ich glaube nicht dass, Peter diesen Text morgen fertig gelesen haben wird.

In this sentence, it is clearly seen that the auxiliary verb *wird* is used as the main verb in a fixed place. Other verbs are considered as verbal adjective and infinitives, and *gelesen haben* (they are considered as particles of the compound form of the language) as other word classes. They have places that do not belong to the verb position. The noun that is always connected to the verb and subordinate to it is the element that is controlled by the verb and is located closer to it in the sentence. For ex: This is precisely why actants are not separated from verbs by commas in French. The general attraction of elements to the verb is clearly manifested in personal nouns in their place in the sentence:

Ich gebe meinem Bruder ein Buch.

Ich gebe es ihm.

The elements expressed by the corresponding cases of personal pronouns subordinate to the verb depend on it as the actant of the verb. These actants, in turn, are ranked as the first, second, and third actants. The attachment of actants to the verb can vary from language to language. The person denoting completeness is distinguished by the pronominal actant, especially in French by ordering and taking turns from the verb. From the examples given, it is clear that person-reflective elements represent people based on the grammatical category of person. Their main function is to express the person in the sentence. We know that the verb in German varies according to the person. An interesting fact is that in our languages, especially in Chinese and Samoan, which personal pronouns perform the function of the first

actant, and the verb changes and remains the same. The pronoun, which loses its independence as the first actant, becomes an indicator in the sentence in these years, which simply indicates classification.

English is one of these languages. Thus, the personal indicator denoting the subject and the personal ending of the verb perform the same function. As a result of combining the personal noun with the verb, it has led to the formation of prefixes, affixes and personal endings or inflections in every language for many years. Thus, we can say that the verb has already made the first Actant syntactic by showing the reconciliation between the person ending and the first actant in the sentence. We would also like to note that it is precisely in the German language that the subjective arising in sentences is needed in some cases (3).

If the personal indication of the first actant is the personal ending of the verb, then its first actant meaning is deleted. If it is important to use the first actant, then it is necessary to express it with a false subject as the main object. It is in German that the using of the particle “es” belongs to this rule. *Es lacht der Mai* (Goethe)

In this example, the first actant is the word “Mai”, while “es” simply indicates how the verb should be conjugated. The very fact that “es” shows the neuter gender also shows that it is not related to the masculine gender “der Mai”.

The first actant can always be expressed not only by a noun but also by a personal pronoun. Even in languages with first actant person indicatives, the personal noun is far from reflecting the personal indicative (3).

In languages with personal indications of the first actant, this application is essential. Particles that do not make sense, on the other hand, cannot do this. In addition to German, it can be found in French and Latin. The personal substantive gradually turns into personal indicators and personal endings, leading to the classification of the verb according to persons. This sequence is based, albeit partially, on the derivative of the verb in the noun. So when subjective person indications reconcile with the verb, the person causes its endings to appear, which in turn creates the paradigm of its conjugation. This agglutination leads to the reconciliation of the verb exactly to the person and quantity, and sometimes to the case depending on the first actant. Sometimes the verb can turn the second actant into its personal ending and refer it to itself. In this case, the personal ending indicates the second actant, not the first.

This type of verb form agrees with the second actant, which depends on it, not the first.

It is this type of agglutination that shows the direct completeness of the verb. Since this is not a very common phenomenon, the object classification is found in Hungarian. In this classification, the verb must have a second actant.

In this classification, the principle is parallel classification of the verb with subject and object in the indicative. It should be noted that in the classification of the subject, the indicators of the first actant are prominent, and in the classification of the object, the indicators of the second actant are prominent. Both classifications have similarities in form (structure). However, there is a difference between them. Thus, the verb agrees with the first actant in terms of identity and quantity. It agrees with the second actant only by person.

For ex: *Ich lese ein Buch. Ich lese Bücher*
I actant II actant

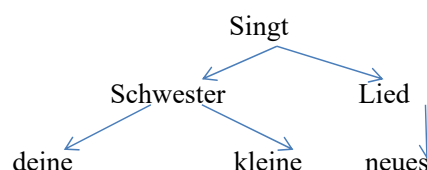
Therefore, the paradigm of classification is always the result of the combination of person indicators with the verb. From the above, it can be concluded that the verb controls the elements that depend on it in the sentence, i.e. actant and circumstant. And these elements, in turn, control words from another category. Actants are nouns and personal pronouns. Each name structurally forms a knot, forming part of large or small links. This is called a knot noun. The fact that in the sentence the noun forms a knot by gathering words around it does not come from the role it plays in the sentence as a noun, but from the fact that it is precisely a noun. If the noun that governs the knot, in turn, is used in the sentence not in the first, but in the second actant function, then only actant connections can be spoken here.

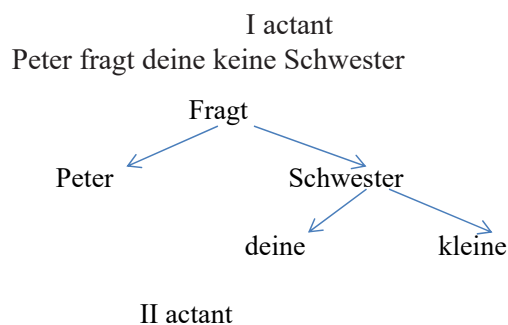
For ex: *deine kleine Schüester*

In this noun knot, the word “Schwester” makes the possessive pronoun “deine” and the adjective “keine” dependent on itself. It has changed according to its gender and quantity.

The example we are considering is that the noun can be both the first and the second actant. And this will change depending on the control of the verb to be used in the sentence. For example, we can witness this in the next examples.

Deine kleine Schwester singt neues Lied.





Usually the words included in the composition of the noun knot are words that characterize the noun, indicate its signs. While the number of actants of the verb is limited to 3, there is no limit to the number of words indicating the sign of the noun.

For ex: *Ihr neues interessantes Buch.*

In languages with the gender category of the noun, agreement between the noun and the signifier is mandatory. For example, German, Russian, etc. In English, there is no such agreement. In the French language, since some adjectives cannot change, the agreement partially applies to this language. Depending on whether the signifier words come before or after the noun and agree with it, it is also possible to install the languages as centripetal and centre-oriented (4).

This clearly manifests itself in a linear sequence. Languages such as Egyptian, Arabic, Italian, Romanian are considered to be centripetal languages, while Russian, Turkish, German, Chinese, and Georgian languages are considered centre-oriented languages.

The fact that the adjective precedes and follows the noun is evident from the linear sequence. In French, a group of adjectives come after a noun. This language can be considered one of the languages that escape from the center precisely because of this feature.

One of the questions that arise is the features other than the dependent word in the sentence and their characteristics. How can they be distinguished from key words that convey information? The semantic criterion is already known. According to L. Teniere, all those who took part in the event are described as additions, and the circumstances of the event are described as information. As he said, information can be omitted, it is impossible not to have additions (1). But here the question arises how to evaluate the conditional definition required by the verbs. For example: The verb “liegen” requires an adverb of place and the verb “dauren” requires an adverb of time. L.Teniere also notes that prepositional relations are always opposed to adapting or omitting information to a syntactic necessity. There are prepositional

phrases in German that cannot be omitted. For ex: Er verzichtet *auf* sein Recht. On the other hand, a nominal sentence that does not have to realize.

For ex: Er tanzt (die ganze Nacht).

It is possible to witness that these ideas are contradictory at some stages. Hellbig Schenkel points out that information can and cannot be freely added to all verbs. E. Braynol notes that there are expressions that are marked as free information, but are subject to semantic restrictions in terms of their connection. (5). For ex: Those directions can only be combined with verbs that show a change of place. For semantic reasons, many verbs allow only a small class of information. A semantic constraint is always necessary. In this respect, this criterion of subclass characteristics adopted by Hellbig et al. cannot be used to differentiate. There are expressions that cannot be put into words until they are put into a sentence.

The concept of valence has been used for language-constructive studies, especially for the creation of dictionaries (4).

The fact that the valence of the German verb is reflected in dictionaries confirms how important this information is for language learners. For ex: The fact that the verb “helfen” requires the Dative case after itself, it is processed by the control of the verb “sich erinnern von jmdm”. In particular, there are 4 dictionaries dedicated to the valence of German verbs.

G. Helbig und W. Schenkel „Wörterbuch zu und Distribution deutscher Adjektive“

H. Schumacher Verben in Feldern – Valenz Wörterbuch zur Syntax und Semantik deutscher Verben

K.E. Sommerfeld, K. Schreiber Wörterbuch zur Valenz und Distribution deutscher Adjektive

K.E. Sommerfeld, K. Schreiber Wörterbuch zur Valenz und Distribution der Substantive

The description of valence in dictionaries should be done in such a way that the user should be able to specify any sentence and the control of the verb that is needed or more appropriate in the description. It is precisely these dictionaries that must create conditions for determining the object after the corresponding verb, whether it is mandatory or not, or whether the initial or secondary meaning of the verb corresponds.

The seriousness of the task of grammar books is already conceivable if dictionaries have such a role in valence theory. What syntactic models are possible in the construction of a sentence in the language is directly the valence and unity of the verb. Erben offers 4 template in German:

1. Sentence model with an object: Peter Schiff
2. Sentence model with two objects: Ich lese einen Text

3. Sentence model with three objects: Ich stelle Blumen and den Tisch

4. Sentence model with four objects: Er schleudert ihm den Handschuh ins Gesicht.

Based on the model proposed by Erlen, 34 sentence models are proposed in Duden grammar. When looking at the valence of the German verb after L.Teniere, it becomes clear that the prototypical sentence structure attracts attention in its definition, and the 3 forms of the German verb: Indicative, Imperative, Conjunctive clearly manifest themselves in sentence modeling.

1. Er spendiert mir ein Eis (He buys me ice cream)
2. Ein Eis wird mir spendiert.
3. Ein Eis wird mir voh ihm spendiert.
4. Spendier mir doch ein Eis! (2)

This systematic way of writing the completeness of sentences in some cases should not be confused with the valence of the verb. The lack of completeness in some sentences takes as a morphological phenomenon. From here it can be concluded that valence is determined in the indicative form of the verb. They do not apply this to the infinitive and indefinite form, however, systematically these forms also have syntactic valence. Vilmos Angel expressed a critical attitude to this aspect of the issue. He explains the realization and potential of valence as follows:

“These forms and types of the grammatical realization of valence, the inclusion of valence into the grammatical structure of a single language, he calls the realization of valency” (12). It mainly expresses the idea that the valence properties of the word play a key role in the construction of grammatical structures. In fact, there is truth in Angel’s words. Most linguists who study valence

consider only one level, the macro level, and this is wrong. Only if both levels of typological differences between individual languages are considered equally can the new model describe valence both syntactically and morphologically. For example, in German, the first actant can indicate both levels.

Let’s compare the German indicative and imperative:

Du isst das Brot. (both micro and macro level)

Iss das Brot! (both micro and macro level)

The advantage of this model is that the realization of the topic at the micro level is not perceived as a decrease in valence. On the contrary, it is taken into account that actants can appear in different microvalent and macrovalent forms. These forms do not depend on valence, they are based on the structural principles of individual languages.

They can also vary within the language depending on some factors.

Conclusion. In conclusion, let’s note that although valency is somewhat close to dependency grammar, it should not be confused with it. Dependency grammar models the structural organization of a grammar using different dependency connectors. Thus, it describes the types of relations that can be realized in grammar, from which concrete realizations can arise. Whether these realizations are valence realizations or realizations of completely different relations is considered irrelevant from the point of view of dependency grammar. Dependency grammar reflects all grammatical realizations, regardless of their origin. That is to say, valence acts as one of the constitutive links for the construction of syntactic structures in dependency grammar.

Bibliography:

1. Основы структурного синтаксиса. Люсьен Теньер. 1988.
2. Chomsky, Noam (1965): Aspects of the Theory of Szntax. Cambridge, Mass : The MIT Press.
3. Christa Dürscheid : Syntax Grundlagen und Theorien 2010 Vandenhoeck Ruprecht GmbH Co. KG, Göttingen.
4. Eisenberg, Peter (1994): Grundriss der deutschen Grammatik. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart/Weimar : Metzlersche Verlagsbuchhandlung.
5. Gallmann, Peter/Sitta,Hosrst (1992): Satglieder in der wissenschaftlichen Diskussion und in Resultatsgrammatiken. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 20, 137–181.
6. Helbig, Gerhard/Schenkel, Wolfgang (1971): Wörterbuch zur Valenz und Distribution deutscher Verben 2, überarbeitete und erweiterte Auflage. Leipzig : VEB Bibliographisches Institut.
7. Hoffmann, Ludger (2003): Funktionale Szntax. Prinzipien und Prozeduren. In: Hoffmann Ludger (Hrsg.) (2003: funktionale szntax. Die progma).
8. Jcobs, Joachim (1984): Funktionale Satzperspektive und Illokutionsemantik. In: Linguistische Berichte. 91, 25–58.
9. Paul , Hermann (1880,1920): Prinzipien der Sprachgeschichte. Halle: Niemeyer.
10. Schmidt, Claudia Maria (1994): Zur syntaktischen Position indirekter Objekte im Deutschen: Pollockische Satze oder Larsonische VPs.

11. Schmidt, Jurgen Erich (1993): Die deutsche Substantivgruppe und die Attribuirungskomplikation.
12. Vilmos Agel (2010/09) 50 Jahre Valenztheorie und Dependenzgrammatik, Zeitschrift für Germanistische Linguistik 38(2).

Джамалзаде Н. Е. ІЄРАРХІЧНА СТРУКТУРА РЕЧЕННЯ В МОДЕЛІ ГРАМАТИКИ ЗАЛЕЖНОСТЕЙ

Стаття присвячена ієрархічній структурі речення в моделі граматики залежності. Відповідно до теорії залежності, дієслово впливає на визначення ієрархічної структури речення. Згідно з цією теорією, припускають, що центр речення починається з дієслова. Водночас у статті аналізуються валентність і доповнення дієслова та їх число. Перше доповнення до дієслова виступає підметом речення. Відповідно до теорії Люсьєна Теньєра, він пояснює відносини залежності в реченні за допомогою своєї моделі граматики залежності. Згідно з його моделлю, дієслово є присудком речення і керує іншими частинами мови. Аналіз у статті свідчить про те, що всі необхідні елементи в реченні визначаються дієсловом за формою, функцією та позицією. Зі статті зрозуміло, що основним припущенням граматики залежностей є структурний зв'язок двох елементів і їхня залежність один від одного.

У статті також порівнюється теорія валентності та залежності. Граматика залежностей моделює структурну організацію граматики за допомогою різних сполучників залежностей. Таким чином, він описує типи відносин, які можуть бути реалізовані в граматиці, з яких можуть виникати конкретні реалізації. Чи є ці реалізації валентними реалізаціями чи реалізаціями зовсім інших відносин, вважається неважливим з точки зору граматики залежностей. Граматика залежностей відображає всі граматичні реалізації, незалежно від їх походження. Відповідно до теорії валентності, це стосується здатності дієслів і прийменників приєднуватися до інших слів. Пояснюється різниця між кількісною та якісною валентністю. Ідея валентності чимось нагадує атом і його частинки. Дієслово та пробіли навколо нього та слова, керовані дієсловом, які можуть там знаходитися. Також наголошується, що один із них відноситься до форми, а інший до значення синтаксичного елемента.

Ключові слова: Граматика залежності, валентність, актант, обставинна, синтагматика.

UDC 82

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/47>**Zeynalli Zh. R.**

Baku Engineering University

Nazarli R. R.

IDDO psychological development program

THE ROLE OF PRONOUNS IN CREATING A PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF AN IMAGE THROUGH PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS (BASED ON ROVSHAN ABDULLAOGU'S PSYCHOLOGICAL NOVEL "THERE IS NO ONE IN THIS CITY")

All people have the ability to adapt to different life circumstances. But everyone adapts to the conditions not in the same way, but in a unique way. Some people easily adapt to any situation, even in non-standard difficult situations, they leave the past and focus on the future, move forward, develop, experience spiritual satisfaction; while some are focused on the past and act within a limited framework – within the framework of fears, prohibitions, permissions, obligations, strict rules, and lead themselves to moral collapse. Such differences in adaptation are the result of complications and successes caused by certain developed and underdeveloped abilities in the human psyche that help and hinder overcoming obstacles. The manifestation of the situation formed by these abilities is revealed in the form of feeling, behavior, emotion, thought, speech, which are indicators of the inner world of a person. A psycholinguistic analysis was conducted on the basis of speech, which is one of the forms of manifestation mentioned in the article, i.e. on the basis of language units that create the psychological portrait of the character in the speech, attention was paid to the pronouns from the language units that create the psychological portrait of the character. The existence of consciousness closes the possibilities of a person's unlimited development. Therefore, the development of consciousness leads to greater demarcation of the individual. And supremacy is not surrendering to consciousness, but breaking the boundaries created by consciousness. This means the emergence of mental health. As the psyche is not only made up of consciousness, mental health is formed as a result of the evolution of the psyche in a person. Mental processes provide health and disease just as they provide human existence and life. Thus, a person without a psyche is not an individual, and an individual who cares about his consciousness is an individual with a mental disorder. An individual who can control his consciousness and develop pre-consciousness is an individual who has gained mental health.

Keywords: *psycholinguistic analysis, psychological portrait, mental health, psyche, speech, language, thinking, consciousness, pronoun.*

Problem statement. One of the factors underlying the development of psycholinguistics in both psychological and linguistic directions is the speech process. In other words, many factors play a role in the process of creating a psychological portrait of a person: speech, behavior, emotions that are a manifestation of feelings, clothing style, etc. And all these factors are reflections of the thoughts in the human psyche. That is, thoughts are revealed through clothing, speech, emotion, and behavior. The fact that thoughts are revealed through speech, which is a part of language, and that speech is the product of thinking filtered from the psyche and feelings, makes it necessary to study the relationship between speech and psychic systems. When we approach the

issue from this aspect, we can say that the study of the relationship between speech and mental systems is one of the most urgent issues of the day.

The purpose of the research is to reveal the broad functionality of language units that have the power to analyze the psyche in the speech of the characters in the psychological novel in the field of psycholinguistics, which is a field that needs extensive research, and to highlight their linguistic nature, which justifies their role in the analysis of the psyche.

Presentation of the main material. The connection of the human psyche with language is the research object of psycholinguistics. The task of this field is to study and describe the psychological processes involved when people make speech. In

his research in this direction, Dr.Prof. F.Y. Veysalli comments on the issue in this way: “As a result of psychologists’ observation of human language behavior, it becomes clear that these observations are the factors that stimulate the development of psycholinguistics by identifying both practical and scientific-theoretical problems, inculcating correct speaking habits, determining verbal and non-verbal communication” [12, p. 11–12].

On the issue of studying this system Doctor of Science T.Hajiyeva, approaching from the prism of the relationship between language and consciousness, sees these relations as the research object of linguistics and philosophy and defends the idea of the necessity of studying the relations between language and consciousness in the unity of these sciences in order to obtain scientifically reliable conclusions, says that this scientific direction is the field of mentalinguistics, born from the unity of philosophy and linguistics: “Accuracy of speech should be understood as the appropriateness of environment, thinking and speech. Creating the naturalness, liveliness, character of the artistic language requires the ability of the wordsmith to convey the speech of different people who are children of different environments, with different levels, character, knowledge, and outlook as an expression of their thinking. It should be within the scope of an individual’s social, scientific, domestic, political and finally poetic thinking. Accurately giving this insight in a literary text while maintaining mental and linguistic balance and clarity requires the writer and poet to be familiar with special skills, psychological, sociological, logical and linguistic knowledge” [5, p. 1162–1163].

As an example of the approach of the author, who accepts the idea that language is a real practical consciousness as an undeniable scientific fact, the traumatic speeches of psychologically victimized figures mentioned in the article can be shown. Why exactly traumatic speeches are shown as an example? Because when the issue of the manifestation of thoughts in speech is approached from a psychological aspect (within the framework of the IDDO program), such a fact emerges that thinking can be conscious as well as emotional. And approaching issues with conscious thinking hinders human development and the ability to recover from traumas. Because, according to the IDDO theory: “It is not his consciousness, but the ability to control his consciousness that makes a person superior among living beings. That is, they are subconscious processes. In short, they are algorithms that provide infinity. So, consciousness is present in all living things, so it is there to limit the development

trend of living things. In order to have mental and physiological health, it is important to develop the ability to let go of consciousness and to ensure that feelings are considered. If we can apply this algorithm correctly, it will be possible to cure all incurable diseases and ensure the transition to unimaginable infinite stages of development” [10]. Analyzing both approaches, one can come to a common conclusion that one of the sources of the compatibility of thinking and speech is consciousness, and consciousness is just a part of the human psyche. Just as the psyche is not only conscious, thinking is not only conscious, but can also be a feeling. And our conscious or emotional approach to issues determines our quality of life. Expression possibilities of pronouns in the process of creating a psychological portrait of the character. In the article, pronouns from language units that revive the psychological state of the characters who approach problems with different thinking were involved in the research, and real psychological portraits of the characters were revived against the background of the expressive possibilities and functionality of this part of speech.

Pronouns, as a category distinguished from other parts of speech by their originality due to their syntactic function, have a number of functions: “Through pronouns, either general and vague information is given about a person, thing, sign, or they are only indicated, or to be clear for the speaker. They are asked a question and it is considered necessary to clarify a fact, event and sign that is unknown to the person who is actually speaking” [9, p. 135].

As you can see, the function of the pronoun is multifaceted. Along with expressing uncertainty, it also has the power to clarify uncertainty, make the general concrete, generalize the concrete, and turn the question into a negation. The function of the pronoun that we have highlighted in our research is the function of summarizing things, events, persons, and quantities by summarizing things, events, persons, and quantities by using them instead of words denoting names and actions as a ready-made template, along with the mentioned functions. Pronouns with their generalization function coded negative beliefs, unreasonable negative automatic thoughts in the psyche after traumatic events; and conversely, generalizing words loaded with negative connotations have the power to express positive beliefs of people with different philosophies of life. We can see clear examples of this in Rovshan Abdullaoghlu’s psychological novel “There is no one in this city” in the speech of characters who see life from different perspectives. One of these characters is Helen:

“ – Atana görə, **bütün** olanlarda yalnız mən günahkaram. Qonşumuz Con Smitə deyib ki, guya **hər şeyin** səbəbkarı mənəm. Təsəvvür edirsən? Bu kişilər həmişə belədirlər...Daha **heç nə** bilmirəm, **heç nə** düşünmək belə istəmirəm, **hamıya** etimadım itib” [1, p. 72–73].

Confused in the whirlwind of her own feelings and not knowing what she wants, Helen regrets the mistakes she made after voluntarily entering under the burden of a marriage she didn't want to accept and ruining her life thinking she was living a life she didn't want. Not being able to see that the events that he considers as negative events actually bring good, she sees her son Willy as an “uninvited guest” rather than as a gift sent to him by fate, and treats him indifferently and without love. He abdicates responsibility for what he has experienced and blames it on his wife Brandon. Even in the example of Brandon, he accuses all men collectively under one quality.

The plural suffix “lər” in the word “*kışilər*” in Helen's speech and the indefinite pronoun “*hamı*” in the sentence “*hamıya etimadım itib*” are indicators of the negative coding formed in her psyche about men. As we mentioned, the generalizing function of the pronoun “*hamı*”, which is a manifestation of trauma in speech, which is a consequence of coded thinking, is revealed against the background of uniting all men under a common quality, expressing them as parts of a whole.

The negative pronoun “*heç nə*” in the sentence “*Daha heç nə bilmirəm, heç nə düşünmək istəmirəm*” is an indicator of Helen's denial of bitter realities and disappointment, and surrendering to difficulties with mental and emotional exhaustion. The pronoun “*heç nə*” here summarizes all skills and desires, denying their existence; it means its absence, its unreal.

A similar situation is observed in Helen's husband Brandon's opinion about Helen. The fact that Brandon blames Helen for “*hər şey*” and says that Helen is the cause of “*bütün*” is also an expression of anger and resentment that Brandon has become tired of trying to fix their previously good relationship. Brendon, like Helen, chooses the easiest way – not to fight to get out of the difficulties he faces, but to abdicate responsibility and blame the other party.

The generalizing functions of the definite pronoun “*bütün*” and the indefinite pronoun “*hər şey*” that he uses in his speech are manifested in summarizing and expressing all negative events in one word. G.Sh. Kazimov also gave a detailed explanation of this function of pronouns: “The words *hər* and *bütün* set a quantitative limit on the concepts it belongs to. In

fact, the meaning requirement of both words is the same: each of the things of the same gender meant by each word individually, but in fact, as it is meant in the collective case, the whole word covers the whole in which each individual is included in another way. In this respect, each word has the same semantics as each other” [9, p. 156].

The power of pronouns to create a traumatic psychological portrait, as well as the atmosphere of Brandon and Helen's failed relationship of their son Willy – exhausted due to bitter memories, mental blows, helpless, tired, indifferent, closed in his inner world because he does not have a purpose in his life, a valued occupation, we also see in the speech of the character who cannot escape from the captivity of the past: “*Hə... Milad bayramı yaxınlaşır. Çoxdandır ki, bu bayram mənim üçün heç bir məna kəsb etmir. Uşaqlığımda olan xoş həyəcədən heç bir əsər-ələmət qalmayıb...Nifrət edirəm bu hissə, – tanış hissləri yenidən keçirməkdən bir bezginlik ifadəsi idi bu sözlər, – həyat elə bil yerindəcə donub. Heç nə hiss etmirəm, kütləşmişəm, beynim quruyub. Mən varam, həm də sanki yoxam...Hər şey o qədər bəsit və yeknəsəqdır ki...*” [1, p. 33–34].

Separated examples in the text (*heç bir, heç nə, hər şey*) are words that create a traumatic psychological portrait of the character of Willy, who is unable to approach the situation, persons, and events in reality individually, does not distinguish the particular from the general, and allows one or more negative events to take over his whole life. If we pay attention to the thoughts of an old man in the same state of mind sitting next to him in the park, we can see an example of how people on the same wavelength are drawn to each other by the gravitational force of the universe: “– *Bu şəhərdə kimsə yoxdur! İnsanlarla dolu kimi görsənir; ancaq başını çiyinə qoyub ağlayacağı birini yoxdur. Səni anlayacaq, yıxılında əl uzadıb yerdən qaldıracaq birini yoxdur. Bu şəhərdə milyonlarla insanın içində sən təksən, kimsəsiz və gözəgörünməz! Bütün şəhərlər də elə bu cürdür. Ölkələr də elə şəhərlərdən təşkil olunmayıbmı? Deməli, bütün bu dünyada tək-tənhasan.*” [1, p. 157].

The old man's traumas are equating “*hamı*” to “*kimsə*” (*heç kimə*) with the negative pronoun “*kimsə*” and ignoring “*hamı*”, that is, generalizing “*hamı*” under the name “*kimsə*”; with the indefinite pronoun “*biri*”, and again, in the same way, assuming that there is no “*heç kəs*”, seeing “*hamı*” as a whole under the name of “*kimsə/heç kim*”, making the non-specific person (“*biri*”) concrete and making it a whole. It manifests itself in the moment of its generalization (“*heç kim*”). At

this point, the concretizing function of the pronoun is revealed.

All of the mentioned characters are victim psychological people who complain about their fate and luck, talk about their misfortunes and powerlessness in the face of difficult situations, loneliness, and do not want to take responsibility for the negative events they experienced. People with a victim mentality want to control others by pretending to be victims. “*Nə günahım var idi?*”, “*Niyə elə mənim başıma gəlməli idi?*”, “*Çox bədbəxt adamam*”, “*Bəxtim olsaydı...*”, “*Mənim də taleyim qismətim belə imiş*” and so on. Such sentences are the active base of the speech of people with a victim mentality.

“*Nə günahım var idi?*” – The interrogative pronoun “*nə*” in the sentence expresses the content of “*heç bir*” in the context and means negation, i.e. “*heç bir günahım yox idi*”. Here, the function of the pronoun to turn a question into a negation is revealed, which in turn expresses the character’s ability to avoid responsibility and blame the environment by building a defensive wall for himself.

“*Niyə elə mənim başıma gəlməli idi?*” the beauty of “*niyə*” in the sentence also has the power to create a traumatic psychological portrait of people who throw their traumas and pains inside, not behind them, who cannot get rid of the slavery of the past, who are drowned in questions and “*niyə*”.

Those who grow up with parents who constantly accuse the people around them, who are kneaded from childhood with ideas such as “*həyat ədalətsizdir*”, “*taleyə lənət olsun*”, they constantly complain when they reach the age of adulthood and enter the role of victim, or if children are instilled with the feeling that they are not strong, if they are not trusted, over time, children will accept their powerlessness and be afraid to make choices, make decisions, avoid responsibility and burden others, leave the choices to others, and under these feelings, they will be crushed and enter the role of a victim, looking for a savior. In the speech of Willy, who grew up with childhood traumas, we find traumatic and lamenting descriptions of what he experienced.

The quality of life of the psychologically victimized characters is determined by their conscious thinking. Because conscious thinking limits a person’s creative thinking in order to get out of the difficult situation he is in, prevents him from seeing the wisdom of what he has experienced. Another character in the work is Visam, the grandson of the judge who endured the most difficult trials of life and survived the trials, lived a very painful and turbulent life, suffered from lung cancer, killed his own son, and could not save his

father from suffering and his family from destruction. Despite the hardships Visam experienced, he looked at the events with a different philosophy of life, tried to understand what happened, to see the meaning hidden behind it. He was a cheerful, humorous person, there was never any sadness on his face. Although he was sick, he gave love of life and spiritual stimulation to all patients, even the hospital staff. Even if his body was captured by the hand of death, the enthusiasm of life in his eyes did not leave him even for a moment. If we pay attention to the pronouns that are the object of research in Visam’s speech, we can see the difference in meaning loaded on the pronouns that express negative beliefs in previous speeches and the pronouns that express positive beliefs in Visam’s speech: “*Hər birimiz həyatımızı səhifələsək, baş verən hadisələrə diqqət etsək, sonra da bütün bu hadisələri bir-biri ilə uzlaşdırsaq, o zaman onların hamısının qarşılıqlı və möhkəm rabitəsini, hikmətini görürük. Başımıza gələcək hadisələr hər birimiz üçün xüsusi olaraq seçilib. Bu zaman insanın bütün qabiliyyətləri, bacarığı, gücü, gələcəyi və əsas da hadisələrin insana faydası nəzərə alınır. Bütün bu işlər insanın maddi və mənəvi yüksəlişi üçündür. Bu ilahi təqdir insanın tərəqqisi üçündür, tənəzzülü və çətinliklər içində əziyyət çəkməsi üçün deyil* [1, p. 130].

The pronouns “*hər birimiz, bütün, hamısı*” in the text summarize all the people and events in one word, but unlike the pronouns in the speeches of the previous characters, they are not negative, but by adding a positive, optimistic atmosphere. While other characters think that the events they experienced lead them to moral decline, Visam thinks that those events and injustices lead people towards moral elevation. Because he is the one who aimed to learn from life, therefore, that such a deadly disease gives people wisdom, spiritual perfection, and awareness; he thinks that by forgiving people who have wronged us, we are actually doing ourselves a disservice. Because the dissatisfactions concentrated in our hearts later turn into malice, which affects our attitude towards all people, we can treat even the closest people rudely for no reason. Thoughts like these show that Visam approaches issues not with conscious thinking, which limits creative thinking, but with emotional thinking. “*...Bu xəstəlik mənə lazım idi. Bu qaribə səslənə bilər, ancaq, həqiqətən də belədir. Xəstəliyin sayəsində həyata tamamilə başqa cür baxmağı öyrəndim, həyatın mənasını dərk etdim. Ətrafi öz həqiqi rəngində görməyə başladım. Nəzəri olaraq bildiyim həqiqətləri bütün varlığım ilə qavramağa, hiss etməyə başladım.* [1, p. 328].

In the sentence “*Ətrafi öz həqiqi rəngində görməyə başladım*”, the definite article “*öz*” describes the real,

true reality, free from trauma. Here, the concretization function of the pronoun “öz” is revealed, and the concretization also directly acts as an indicator of the image’s common sense.

B. Khalilov says about the concretization function of the pronoun “öz”: “The word “öz” concretizes the object according to the subject. It concretizes the relationship between the subject and the object” [7, p. 160].

If we analyze with this approach, we will see that the pronoun “öz” in the sentence has specified the relationship between the subject and the object – the environment and its color. When we approach this concretization from a psycholinguistic perspective in context, we can see that it creates a psychological portrait of the character. “-Mən bu cümləni “niyə”siz deyərdim: Bu şəhərdə kimsə yoxdur? Cavabını da özüm verərdim: əlbəttə ki, var. Bu şəhər gözəl insanlarla doludur. Mümkündür ki, kimsə səni görməsin, bu, onun bir az fikirli olmasındandır, biganəliyindən deyil. Hamının yanında kimsə var. Sadəcə onu görmək lazımdır. Biz də kiminsə yanındayıq [1, p. 160].

“Bu şəhərdə kimsə yoxdur? Cavabını da özüm verərdim: əlbəttə ki, var.” The return “özüm” in the sentence describes the strength of a person who

takes responsibility for his life, which is a product of personal pronoun thoughts.

In the sentence “*Bu şəhərdə kimsə yoxdur? Hamının yanında kimsə var. Sadəcə onu görmək lazımdır. Biz də kiminsə yanındayıq.*” the pronoun “*kimsə*” in the sentence does not mean “*kimsə*” (“*heç kim*”), which expresses negation as in the old man’s speech, but rather uncertainty. By changing the intonation of the old man’s sentence “*Bu şəhərdə kimsə yoxdur*” and turning it into a question, Visam also changes the meaning of the sentence by changing the meaning of the pronoun “*kimsə*” in the sentence and by giving the answer himself. At the same time, it turns a negative thought into a positive one by saying, “*Hamının yanında kimsə var*”.

Conclusion. As a result, we come to the conclusion that the psychological portrait of a character can be revived by the speech coming from his thinking through the filter of the psyche of his attitude towards life. Although the reasons for the hardships of different characters who grew up in difficult living conditions and had their dreams shattered are different, their pain and the fire inside them are the same. However, different perspectives on life determine their quality of life, which we clearly saw in their speeches expressing their feelings, emotions, mental state and thoughts.

Bibliography:

1. Abdullaoglu R. Bu şəhərdə kimsə yoxdur. Bakı, 2021, 343 s.
2. Bayramov Ə.S., Əlizadə Ə.Ə. Psixologiya. Bakı, 2003.
3. Əsgərov M.B. Linqvopsixologiya və ya dilin psixologiyası. Bakı-2011, 308 s.
4. Freyd Z. Psixozanalizlə ilkin tanışlıq. Bakı, Qanun Nəşriyyatı, 2016.
5. Hacıyeva T. Mətnin linqvistik təhlilində dil və şüur problemi. Gənc Tədqiqatçıların VI Beynəlxalq Elmi Konfransı. 29-30 aprel, 2022, s. 1162–1163.
6. Hüseynzadə M. Müasir Azərbaycan dili. Bakı-2007, 279 s.
7. Xəlilov B. Müasir Azərbaycan dilinin morfolojiyası. II hissə, Bakı, 2016, 351 s.
8. İsmayılov N.V., İsmayılov F.N. Tibbi psixologiya və psixoterapiya. Bakı, 2002, 375 s.
9. Kazımov Q.Ş. Müasir Azərbaycan dili. Bakı, 2010, 398 s.
10. Rovshan Nazarlı. The psyche of the living world. June 24, 2022 // <https://archive.org/details/article-concussion>
11. Seyidov S.İ., Həmzəyev M.Ə. Ümumi psixologiya. Bakı, YYSQ, 2014, 434 s.
12. Veysəlli F. Dil. Bakı, «Təhsil» NPM, 2007, 291 s.
13. Лурия А.Р. Язык и сознание. Москва, изд-во МГУ, 1979, 186 с.
14. Немов Р.С. Психология. Москва, 2001.
15. Рогожникова Т.М., Салихова Э.А. Лингвистические и психолингвистические признаки креолизованного конфликтного текста: технология выявления и описание. Международный научно-практический юридический журнал «Евразийская адвокатура», 1 (38) 2019, с. 26–38.

Зейналли Ж. Р., Назарлі Р. Р. РОЛЬ ЗАЙМЕННИКІВ У СТВОРЕННІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТУ ОБРАЗУ ШЛЯХОМ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ (ЗА ПСИХОЛОГІЧНИМ РОМАНОМ РОВШАНА АБДУЛЛАОГЛУ «У ЦЬОМУ МІСТІ НІКОГО НЕМАЄ»)

Всі люди мають здатність пристосовуватися до різних життєвих обставин. Але всі пристосовуються до умов не однаково, а по-своєму. Деякі люди легко пристосовуються до будь-якої ситуації, навіть у нестандартних складних ситуаціях вони залишають минуле і зосереджуються на

майбутньому, рухаються вперед, розвиваються, відчують духовне задоволення; а деякі зосереджені на минулому і діють в обмежених рамках – в рамках страхів, заборон, дозволів, зобов'язань, суворих правил і призводять себе до морального краху. Такі відмінності в адаптації є результатом ускладнень і успіхів, викликаних певними розвиненими і нерозвиненими здібностями психіки людини, які допомагають і заважають долати перешкоди. Прояв ситуації, сформованої цими здібностями, розкривається у формі почуття, поведінки, емоцій, думки, мови, які є показниками внутрішнього світу людини. Психолінгвістичний аналіз проводився на основі мовлення, яке є однією із зазначених у статті форм прояву, тобто на основі мовних одиниць, що створюють психологічний портрет персонажа в мовленні, звернуто увагу на займенники й мовні одиниці, що створюють психологічний портрет героя. Тому розвиток свідомості веде до більшого розмежування особистості. І верховенство – це не підкорення свідомості, а порушення створених свідомістю кордонів. Це означає появу психічного здоров'я. Оскільки психіка складається не лише зі свідомості, психічне здоров'я формується в результаті еволюції психіки людини. Психічні процеси забезпечують здоров'я і хвороби так само, як вони забезпечують існування і життя людини. Таким чином, людина без психіки не є особистістю, а особистість, яка піклується про свою свідомість, є особою з психічним розладом. Індивід, який може контролювати свою свідомість і розвивати передсвідомість, – це індивід, який отримав психічне здоров'я.

Ключові слова: психолінгвістичний аналіз, психологічний портрет, психічне здоров'я, психіка, мовлення, мова, мислення, свідомість, займенник.

Ляшко О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

АЛЮЗІЇ ТА РЕМІНІСЦЕНЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ НОВОЗАВІТНИХ ТЕКСТАХ

У статті висвітлено проблему розмежування понять алюзії та ремінісценції у ново-завітних текстах англійською мовою. Визначено, що алюзії та ремінісценції є типами непрямого цитування. У статті запропоновано власну типологію інтертекстуальності як виду непрямого цитування, а саме: парафраз або посилання на текст-донор з перефразованим викладом матеріалу; інтертекст-переказ або вільний переказ основного матеріалу з тексту-донору; ремінісценція або пряме / непряме порівняння чи нагадування про прецедентний текст; алюзія або натяк на претекст / претексти. З'ясовано, що у непрямому цитуванні простежується градація від найбільшої співвіднесеності тексту-реципієнта з текстом-донором (парафраз) до найменшої – у вигляді лише натяку на претекст (алюзія), який взагалі може бути невпізнаним адресатом.

Ремінісценція розглядається у статті як пряме / непряме порівняння, співставлення з прецедентним текстом або нагадування (погляд назад) про нього. У широкому сенсі ремінісценції ідентифікуються як зв'язок між творами, як діалогічність усієї культури і синкретизм мистецтв, а у вузькому розумінні виражаються конкретними висловами, що функціонують як тригери і коди для навіювання, нагадування чи порівняння з попередніми текстами.

Алюзія визначається у статті як один із засобів вираження ремінісценції, яка є натяком на прецедентний текст, не завжди маркується в тексті і може бути невпізнаною адресатом. Алюзії розрізняються як прямі, тобто такі, що містять явний (експліцитний) натяк, відображений словами чи висловами, що відсилають до прецедентного тексту, так і непрямі (імпліцитні), тобто приховані, завуальовані, іронічні, загадкові або й зовсім невпізнані в тексті.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямку вважаємо дослідження специфіки реалізації інших типів прямого та непрямого цитування, типів і підтипів інтертексту у різних жанрах релігійного дискурсу, а також стосовно інших сфер інституційного спілкування: політичного, правового, медіа дискурсів.

Ключові слова: інтертекстуальність, непряме цитування, алюзія, ремінісценція, Новий Завіт, англійська мова

Постановка проблеми. Актуальним у сучасних філологічних дослідженнях залишається вивчення різнорівневих діалогічних відношень і зв'язків між текстами, що, починаючи з кінця 60-х років ХХ століття завдяки науковому доробку французької дослідниці літератури і мови, психоаналітика, письменниці, семіотика, філософа і оратора болгарського походження – Юлії Кристеві, йменується *інтертекстуальністю* [8, с. 429]. З появою цього поняття з'являються різні підходи до його розуміння (*філософсько-постструктуралістський*: Р. Барт [2; 23], М. Бахтін [3; 4], Ж. Женетт [27; 28], Ю. Кристева [8; 9], Ю. Лотман [11; 12], М. Риффатер [29]; *філологічний*: І. Арнольд [1], Ю. Караулов [6], В. Красних [7], Н. Кузьміна [10], Н. Пьєге-Гро [17], Г. Слишкін [19], Н. Фатєєва [20], Н. Фейрклаф [26]; *жанровотекстовий*: В. Дресслер і Р.-А. де Богранд [24], В. Чернявська [21], Л. Чуліаракі,

Н. Фейрклаф [25], І. Щирова, Є. Гончарова [22]), однак сам термін «інтертекстуальність не відкриває якимось нове явище, а дозволяє по-новому осмислити і освоїти форми експліцитного й імпліцитного перетину двох текстів» [17, с. 48; 14, с. 29, 36–37].

Алюзії та ремінісценції є типами непрямого цитування як «різних форм прихованої, напівприхованої, розсіяної чужої мови» [4, с. 317]. Обидва терміни (у вузькому розумінні інтертекстуальності) вказують на зв'язок двох чи декількох текстів [27, с. 1–7; 17, с. 84–94; 13, с. 217]. Вивченню алюзії та / або ремінісценції присвячено достатню кількість наукових праць, однак, **актуальною** у сучасній лінгвістиці залишається проблема розмежування цих термінів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши наукову літературу присвячену дослідженню алюзій та ремінісценцій, зауважимо,

що лінгвісти та літературознавці (О.М. Дронова, Л.І. Лебедева, Ю.М. Лотман, Н.Ю. Новохачева, О.М. Прохоров, Н.А. Фатеева, В.Є. Халізов та ін.) характеризують *алюзію* як натяк, непряме посилання на інші літературні тексти, яке змушує працювати пам'ять читача [5, с. 135–138], а *ремінісценцію* – як спогад про художній образ, твір [16, с. 78–79], «образи літератури в літературі» [В.Є. Халізов, тут цит. за 5, с. 138–139]. У такий спосіб, на думку Є.Г. Єременка, ремінісценція у художніх текстах витлумачується як більш широке й абстрактне поняття, спогад, навіювання чи порівняння, тоді як алюзія – натяк, відсилання на загальновідомий історичний чи літературний факт [5, с. 139–140; 13, с. 217].

У словнику літературознавчих термінів алюзія (лат. *allusio* – жарт, натяк) визначається як «художньо-стилістичний прийом, натяк, відсилання до певного літературного твору, сюжету чи образу, а також історичної події з розрахунку на ерудицію читача, покликаною розгадати закодований зміст» [18]. У свою чергу, ремінісценції (лат. *geminiscentia* – згадка) надано таке визначення – «відчутний у літературному творі відгомін іншого літературного твору, <...> здійснюване автором нагадування читачеві про більш ранні літературні факти та їх текстові компоненти» [18]. Ремінісценції, у широкому розумінні цього термінопоняття, з одного боку характеризуються подібністю до стилізації та алюзії, а з іншого – відрізняються від них тим, що можуть вживатися адресантом неусвідомлено, внаслідок сильного впливу на нього творів інших письменників [18].

Загалом науковці надають схожі визначення алюзіям та ремінісценціям, найчастіше обґрунтовуючи свої точки зору прикладами з художнього дискурсу, проте, вважаємо за доцільне запропонувати власні дефініції понять з огляду їх вжитку у релігійному дискурсі. Недостатньо проілюстрованою, на нашу думку, є проблема розмежування цих термінів у проаналізованій науковій спадщині, особливо у широкому та вузькому розумінні, прямому та непрямому вживанні цих термінопонять.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у виявленні ізоморфних і аломорфних характеристик алюзій та ремінісценцій у новозавітних текстах англійською мовою. Мета реалізується у низці завдань: запропонувати власну класифікацію засобів інтертекстуальності як виду непрямого цитування; надати власні дефініції алюзіям та ремінісценціям; ідентифікувати спільні і відмінні риси алюзій та ремінісценцій в англомовних новозавітних текстах.

Виклад основного матеріалу. Під інтертекстуальністю як видом непрямого цитування розуміємо посилання на текст-донор (з / без вказівки на оригінал). На наш погляд, у непрямому цитуванні простежується градація від найбільшої співвіднесеності тексту-реципієнта з текстом-донором (парафраз) до найменшої – у вигляді лише натяку на претекст (алюзія), який взагалі може бути невпізнаним адресатом. До типів непрямого цитування відносимо: 1) парафраз або посилання на текст-донор з перефразованим викладом матеріалу; 2) інтертекст-переказ або вільний переказ основного матеріалу з тексту-донору; 3) ремінісценція або пряме / непряме порівняння чи нагадування про прецедентний текст; 4) алюзія або натяк на претекст / претексти [14, с. 99; 13, с. 217].

Ремінісценцію як один із видів непрямого цитування визначаємо як пряме / непряме порівняння, співставлення з прецедентним текстом або нагадування (погляд назад) про нього. У свою чергу, ремінісценції можуть ідентифікуватися у широкому смислі як зв'язок між творами, як діалогічність усієї культури (у широкому понятті діалогу М.М. Бахтіна), що охоплює літературні впливи, мандрівні сюжети (за О. М. Веселовським) і синкретизм мистецтв [1, с. 390]. Крім того, ремінісценції у більш вузькому розумінні можуть виражатися конкретними висловами, що функціонують як тригери і коди для навіювання, нагадування чи порівняння з попередніми текстами. Саме у такому вузькому усвідомленні спостерігаємо точку перетину між ремінісценціями та алюзіями. Останню розглядаємо як один із засобів вираження ремінісценції, яка на відміну від першої є лише натяком на прецедентний текст, не маркується в тексті і може бути невпізнаною адресатом. До того ж, алюзії розрізняються як прямі, тобто такі, що містять явний (експліцитний) натяк, відображений словами чи висловами, що відсилають до прецедентного тексту, так і непрямі (імпліцитні), тобто приховані, завуальовані, іронічні, загадкові або й зовсім невпізнані в тексті [14, с. 99, 111–119]; 13, с. 217–218].

Розглянемо новозавітні приклади алюзій та ремінісценції як одного з видів непрямого цитування. Наприклад: *Again you have heard that it was said to those of old, 'You shall not swear falsely, but shall perform your oaths to the Lord.'* [30, с. 1276]. Початкові слова з цього новозавітного євангельського тексту від Матфея (5:33): *Again you have heard that it was said to those of old (Ще чули ви, що сказано древнім)* [15, с. 13], вжиті Ісусом Христом перш ніж вказати на те, що не потрібно

клястися зовсім (Матфея 5:34-37), нагадують про прецедентні старозавітні тексти з П'ятикнижжя Мойсея: Левит (19:12), Второзаконня (23:21,23; 6:13), Числа (30:2-3) [30, с. 146; 240; 221; 201]. Далі використовується їхній узагальнюючий зміст у вигляді перефразованого речення: *'You shall not swear falsely, but shall perform your oaths to the Lord.'* (Не порушуй клятви, а виконуй перед Господом клятви твої) [15, с. 13], що є **прямою ремінісценцією** або порівнянням, співставленням, нагадуванням про закон Мойсея.

У наступному прикладі з Послання до євреїв Нового Завіту (11:32-38) [30, с. 1668] спостерігаємо як **пряму** (11:32), так і **непряму ремінісценцію** (11:33-38). Останню вважаємо максимально наближеною до **алюзії**, яка, зважаючи на особистий фонд знань реципієнта, може бути **впізнаною** (як погляд назад на прецедентний текст, впізнання відомого тексту) або **прихованою** (як натяк (алюзія) на потенційно існуючі тексти): ³²*And what more shall I say? For the time would fail me to tell of Gideon and Barak and Samson and Jephthah, also of David and Samuel and the prophets:* ³³*who through faith subdued kingdoms, worked righteousness, obtained promises, stopped the mouths of lions,* ³⁴*quenched the violence of fire, escaped the edge of the sword, out of weakness were made strong, became valiant in battle, turned to flight the armies of the aliens.* ³⁵*Women received their dead raised to life again. Others were tortured, not accepting deliverance, that they might obtain a better resurrection.* ³⁶*Still others had trial of mockings and scourgings, yes, and of chains and imprisonment.* ³⁷*They were stoned, they were sawn in two, were tempted, were slain with the sword. They wandered about in sheepskins and goatskins, being destitute, afflicted, tormented—* ³⁸*of whom the world was not worthy. They wandered in deserts and mountains, in dens and caves of the earth.* [30, с. 1668].

У запропонованому вище прикладі ремінісценції (у вузькому розумінні цього поняття) виражаються за допомогою прецедентних старозавітних імен: *For the time would fail me to tell of Gideon and Barak and Samson and Jephthah, also of David and Samuel and the prophets* (Не вистачить мені часу, щоб розповісти про Гедеона, про Варака, про Самсона та Ієффая, про Давида, Самуїла та (інших) пророків [30, с. 1668; 15, с. 396]. Зазначені вище прецедентні імена вважаємо зразками **прямої ремінісценції**, які функціонують як тригери і коди для навіювання, нагадування чи порівняння з попередніми текстами, наприклад про **Гедеона** розповідається у старозавітній Книзі

Суддів (7:15), про **Варака** – там само (4:6), про **Самсона** – там само (13:24), про **Ієффая** – там само (11:11), про **Давида** – у Першій книзі Царств (царів) Старого Завіту (17:45), про **Самуїла** – там само (7:10) [30, с. 294; 289; 302; 299; 338; 327].

Решту віршів з Послання до євреїв (11:33-38), в яких нагадуються ситуації без імен, тлумачимо як приклади **непрямої ремінісценції**, котрі мають експліцитний натяк, відображений словами чи висловами, що відсилають до прецедентних ситуацій зі старозавітних книг, як-от: Книга пророка Даниїла (6:22), Перша книга Царств (царів) (14:6), Третя книга Царств (царів) (19:3), Книга пророка Ісаї (38:9), Книга пророка Даниїла (3:25), Третя книга Царств (царів) (17:22-23), Четверта книга Царств (царів) (4:36), Буття (39:20), Книга Суддів (16:25), Книга пророка Єремії (20:2), Третя книга Царств (царів) (21:13), Друга книга Параліпomenон (24:21), Книга пророка Єремії (26:23), Перша книга Царств (царів) (22:1), Третя книга Царств (царів) (17:3) [30, с. 1251; 333; 415; 427; 50; 305; 1138; 342; 411]. Саме у такому усвідомленні спостерігаємо точку перетину між **ремінісценціями** та **алюзіями**. Останню розглядаємо як один із засобів вираження ремінісценції, яка на відміну від першої є лише натяком на прецедентний текст, не завжди маркується в тексті (явна, **пряма** або експліцитна **алюзія**, відображена словами чи висловами) і може бути невідомою адресатом (**непряма** або імпліцитна, прихована **алюзія**).

Для порівняння наведемо декілька прикладів з **алюзіями**, як-от: ³⁷*Jesus said to him, " 'You shall love the LORD your God with all your heart, with all your soul, and with all your mind.'* ³⁸*This is the first and great commandment.* ³⁹*And the second is like it: 'You shall love your neighbor as yourself.'* ⁴⁰*On these two commandments hang all the Law and the Prophets."* [30, с. 1312]. У цьому новозавітному євангельському тексті від Матфея (22:37-40) знаходимо відповідь-натяк Ісуса Христа на спокусливе запитання добре обізнаного у Святому Письмі законника про найбільшу заповідь в законі. Перша заповідь зі слів Спасителя: *'You shall love the LORD your God with all your heart, with all your soul, and with all your mind.'* (возлюби Господа Бога твого всім серцем твоїм, і всією душею твоєю, і всім розумінням твоїм) [15, с. 44] є **прямою алюзією** на старозавітне П'ятикнижжя Мойсея, а саме: Второзаконня (6:5): *You shall love the Lord your God from your whole heart, from your whole soul, and from your whole power* [30, с. 220]. Друга заповідь: *'You shall love your neighbor as yourself.'* (возлюби ближнього твого, як самого

себе) [15, с. 44] є **прямою алюзією** на старозавітну Книгу Левит (19:18) з П'ятикнижжя Мойсея: *but you shall love your neighbor as yourself: I am the Lord* [30, с. 146]. У останньому вірші **пряма** або експліцитна **алюзія** відображається словами: *⁴⁰On these two commandments hang all the Law and the Prophets.* (на цих двох заповідях утверджується весь закон і пророки) [15, с. 45], що й уможливило її впізнання адресатом.

Розглянемо випадки застосування **прямої** і **непрямої алюзій** в англійському євангельському тексті від Іоанна (1:45-46): *⁴⁵Philip found Nathanael and said to him, "We have found Him of whom Moses in the law, and also the prophets, wrote—Jesus of Nazareth, the son of Joseph."* *⁴⁶And Nathanael said to him, "Can anything good come out of Nazareth?"* [30, с. 1423]. На наш погляд, 45 вірш містить **пряму алюзію** на тексти Старого Завіту, в якому пророк, вождь і законодавець Мойсей, а також інші старозавітні пророки сповіщають про народження, прихід та розп'яття Ісуса Христа. Ці пророцтва були написані за багато років до Різдва Христового та провіщають про перше (близько 300 передбачень) і друге (приблизно 500 пророкувань) пришествя Христа (див. напр. Буття (49:10), Второзаконня (18:15), Псалтир (39:8), Книга пророка Ісаї (4:2; 7:14; 9:6; 40:11; 45:8; 53:1), Книга пророка Єремії (23:5; 33:14), Книга пророка Єзекіїля (34:23; 37:24), Книга пророка Даниїла (9:24), Книга пророка Михея (5:2), Книга пророка Захарія (9:9) тощо) [30, с. 62; 233; 708; 1061; 1064; 1065; 1088; 1093; 1099; 1135; 1147; 1217; 1220; 1256; 1008; 1047]. Прикладом **непрямої алюзії** вважаємо 46 вірш із процитованого уривка з Євангелія від Іоанна. Апостол Нафанаїл, обізнаний у законі і пророцтвах, твердо і впевнено знаючи з Писань про очікування Месії з Віфлеєму, натякає на неможливість того, щоб з Назарету, глухого галілейського містечка, яке зневажалось іудеями, міг походити Ісус Христос.

Непряма алюзія висвітлюється у наступному новозавітному текстовому фрагменті англійською мовою: *¹²After that, He appeared in another*

form to two of them as they walked and went into the country. [30, с. 1357]. У зазначеному вірші з Євангелія від Марка (16:12) упізнається прецедентна ситуація явлення Ісуса Христа еммауським подорожнім з євангельського тексту від Луки (24:13-35). Крім того, слова *He appeared in another form* (явився в іншому образі) [15, с. 92] усвідомлюємо як **алюзію** на новозавітні події Воскресіння Ісуса Христа, після якого зовнішній вигляд та властивості тіла Христа набули надприродних ознак. У згаданій вище прецедентній ситуації з Євангелія від Луки (24:13-35), особливо у 25–27 віршах: *²⁵Then He said to them, "O foolish ones, and slow of heart to believe in all that the prophets have spoken! ²⁶Ought not the Christ to have suffered these things and to enter into His glory?" ²⁷And beginning at Moses and all the Prophets, He expounded to them in all the Scriptures the things concerning Himself.* [30, с. 1415] виявляються як **ремінісценції**, так і **алюзії** на біблійні прецедентні тексти, як-от: Буття (3:15; 22:18; 49:10-11), Числа (21:9), Псалтир (21:7; 68:10; 21:27; 15:8-10), Книга пророка Ісаї (50:6; 53:3; 40:10), Книга пророка Єремії (23:5; 33:15), Книга пророка Єзекіїля (34:23; 37:24), Книга пророка Даниїла (9:24), Книга пророка Михея (7:20) тощо) [30, с. 8; 29; 62; 189; 694; 725; 695; 690; 1097; 1099; 1088; 1135; 1146; 1217; 1220; 1256; 1009].

Висновки і пропозиції. Підбиваючи підсумок, зазначаємо, що алюзії у вигляді прямого чи прихованого натяку та ремінісценції як пряме / непряме порівняння чи нагадування про прецедентний текст розглядаємо як види непрямого цитування, що, зважаючи на індивідуальний фонд знань реципієнтів, можуть по-різному тлумачитися або взагалі залишатися невпізнаними.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямку вважаємо дослідження специфіки реалізації інших типів прямого та непрямого цитування, типів і підтипів інтертексту у різних жанрах релігійного дискурсу, а також стосовно інших сфер інституційного спілкування: політичного, правового, медіа дискурсів.

Список літератури:

1. Арнольд И.В., Бухаркин П.Е. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сборник статей. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. 444 с.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. с фр. Г. К. Косиков. Москва : Прогресс, 1989. 616 с.
3. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология* / ред. проф. В.П. Нерознак. Москва : Academia, 1997. С. 227–244.
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества: сборник избранных трудов. Москва : Искусство, 1986. 445 с.

5. Еременко Е.Г. Интертекстуальность, интертекст и основные интертекстуальные формы в литературе. *Уральский филологический вестник. Серия «Русская классика: динамика художественных систем»*. 2012. Вып. 6. С. 130–140.
6. Караулов Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности. *Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы*. Москва: Искусство, 1986. С. 98–107.
7. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? Москва: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
8. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. *Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму* / пер. с франц., сост. вступ. ст. Г. К. Косиков. Москва: ИГ Прогресс, 2000. 536 с.
9. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. Москва: РОССПЕН, 2004. 652 с.
10. Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / науч. ред. Н.А. Купина. Екатеринбург; Омск: Изд-во Урал. ун-та; Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. 268 с.
11. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. Москва: Языки русской культуры, 1999. 464 с.
12. Лотман Ю.М. Текст в тексте. *Ученые записки Тартуского гос. ун-та*. 1981. Вып. 567. С. 3–18.
13. Ляшко О.В. Алюзії та ремінісценції: до проблеми розмежування. «*Ad orbem per linguas. До світу через мови*»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Світ цінностей і цінності у світі». (Київ, 13–14 травня 2021 р.). Київ: Вид. центр КНЛУ, 2021. С. 217–218.
14. Ляшко О.В. Интертекстуальність православної проповіді: таксономія і функції (на матеріалі англійської, російської та української мов): дис. ... доктора філософії: 035 – Філологія. Київ, 2020. 267 с.
15. Новый завіт Господа нашого Ісуса Христа. Київ: Видавничий відділ Української Православної Церкви, 2017. 472 с.
16. Папкина Д.С. Типы литературных аллюзий. *Вестник Новгородского государственного университета*. 2003. Вып. 25. С. 78–82.
17. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности / пер. с фр., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косиков. Москва: Издательство ЛКИ, 2008. 240 с.
18. Словник літературознавчих термінів. URL: <https://ukrlit.net/info/dict/> (дата звернення: 27.10.2022).
19. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. Москва: Academia, 2000. 288 с.
20. Фатеева Н.А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. Москва: КомКнига, 2006. 280 с.
21. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Москва: Директ-Медиа, 2014. 267 с.
22. Щирова И.А., Гончарова Е.А. Многомерность текста: понимание и интерпретация: учебное пособие. Санкт-Петербург: ООО «Книжный Дом», 2007. 472 с.
23. Barthes R. The death of the author. *Image Music Text*. / Ed. S. Heath. London: Fontana Press, 1977. P. 142–148.
24. Beaugrande R. de, Dressler W. Introduction to Text Linguistics. London & New York: Longman, 1981. 136 p.
25. Chouliaraki L. & Fairclough N. Discourse in Late Modernity. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. 176 p.
26. Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. London: Routledge, 2003. 270 p.
27. Genette G. Palimpsests: literature in the second degree. / trans. Ch. Newman & C. Doubinsky.. L; Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1997. 491 p.
28. Genette G. Paratexts: Thresholds of Interpretation. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 456 p.
29. Riffaterre M. The Intertextual Unconscious. *Critical Inquiry*. Chicago: The University of Chicago Press, 1987. Vol. 13 (2). P. 371–385.
30. The Orthodox Study Bible. USA: St. Athanasius Academy of Orthodox Theology, 2008. 1822 p.

Liashko O. V. ALLUSIONS AND REMINISCENCES IN THE ENGLISH NEW TESTAMENT TEXTS

The article highlights the problem of distinguishing the concepts of allusion and reminiscence in the English New Testament texts. Allusions and reminiscences have been identified as types of indirect citation. The article offers a typology of intertextuality as a type of indirect citation, namely: paraphrase or reference to the donor text with a paraphrased presentation of the material; intertext retelling or free retelling of the main material from the donor text; reminiscence or direct / indirect comparison or reminder of a precedent text; allusion or hint of a pretext / pretexts. It was found that in indirect citation there is a gradation from the greatest correlation

of the recipient text with the donor text (paraphrase) to the smallest one in the form of a hint of the pretext (allusion), which may be an unrecognizable for addressee.

Reminiscence is considered in the article as a direct / indirect comparison with a precedent text or a reminder about it. In a broad sense, reminiscences are identified as a connection between works, as a dialogicity of the whole culture and syncretism of arts, and in a narrow sense, they are expressed by specific phrases that function as triggers and codes for suggesting, reminding or comparing with previous texts.

Allusion is defined in the article as one of the ways of expressing reminiscence, it is a hint to a precedent text, it is not always marked in the text and may be unrecognizable to the addressee. Allusions are distinguished as direct, which contain an obvious (explicit) hint, represented by words or phrases referring to the precedent text, and indirect (implicit), which are hidden, veiled, ironic, enigmatic, or completely unrecognizable in the text.

A promising area of further research is a study of the specifics of the implementation of other types of direct and indirect citation, types and subtypes of intertext in various genres of religious discourse, as well as in relation to other areas of institutional communication, i.e. political, legal and media discourses.

Key words: *intertextuality, indirect citation, allusion, reminiscence, New Testament, the English language*

Монастирська Л. В.

Національна академія Національної гвардії України

ТЕХНОЛОГІЇ МОВНОГО ВПЛИВУ НА НАТОВП

У статті зацентовано увагу на необхідності і доречності виокремлення й наукового аналізу основних характеристик технології мовного впливу на натовп в сучасній лінгвістиці. Проаналізовано основні підходи дослідників до тлумачення поняття «натовп», «розумний натовп» і «візуальна комунікація». Наводяться причини чому саме феномен натовпу став центральним об'єктом сучасних наукових досліджень у психології, соціології і лінгвістиці. Проектуючи результати наукових пошуків XIX–XX століття (праці Г. Ле Бона, Г. Тарда, З. Фрейда та ін.) у площину лінгвістики, авторка робить висновок, що натовпу притаманно було вкорінення ідей через такі фактори, як раса, вірування, традиції, час, освіта й виховання; транслювання ключових кодів словами-концептами, що мають узагальнений смисл (СВОБОДА, РІВНІСТЬ, СІМЕЙНІ ЦІННОСТІ тощо) використання сугестивних засобів задля спонукання натовпу до певних дій тощо. Комунікативні характеристики натовпу у XXI столітті або «розумного натовпу» децю відрізняються, а, отже, і технології мовного впливу повинні бути іншими. Натовпу притаманна емоційність та нездатність до критичного мислення, тобто в інтелектуальному відношенні натовп завжди нижче ніж окремих індивідів. У статті розглядаються технології мовного впливу, які реалізуються у натовпі. Комунікативні стратегії переконання і повторення є одними з основних способів впливу, які, в свою чергу, призводять до колективного навіювання або заразливості. Виділено і описано характерні особливості «розумного натовпу». Особливу увагу приділено розгляду візуальної комунікації як одного з основних факторів мовного впливу на натовп XXI століття. На основі аналізу відеофрагментів виділено загальну модель технологій мовного впливу, яке дозволить провести низку міждисциплінарних досліджень, спираючись на які, можливо бути вирішити ряд актуальних проблем запобігання конфліктів із натовпом для спеціалістів інститутів сектору безпеки і оборони (ІСБО), адже комунікативна грамотність є одним із чинників забезпечення громадського порядку в державі, ствердження верховенства права, демократії і поваги до людини.

Ключові слова: натовп, «розумний натовп», візуальна комунікація, лідер, заразливість.

Постановка проблеми. Сьогодні поведінку натовпу як феномену вивчають науковці всіх країн світу. Ще в античні часи стародавні філософи намагалися зрозуміти природу натовпу, механізми його формування та ролі натовпу по відношенню до суспільства. На думку Платона, більшість людей це стадо, з яким немає жодного сенсу спілкуватися та порівнював мистецтво керування натовпом із мистецтвом утихомирювання такого стада. [18] Прийнято вважати, що в натовпі існують певні форми спілкування та керування, адже саме у натовпі людина втрачає свою індивідуальність і особистість, а найчастіше керується інстинктами. Технології мовного впливу на особистість різняться від технологій мовного впливу на натовп. Актуальність цього питання, а також недостатнє вивчення проблеми обумовлюють необхідність дослідження в цьому напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознайомлення з теоретичними джерелами за темою дослідження засвідчило, що на тлі

низки глибоко вивчених питань існують прогалини, які потребують осмислення та всебічного опису. Феномен натовпу став об'єктом пильного вивчення різних наук, серед яких психологія, соціологія і лінгвістика.

Класифікації, характеристики, поведінкові реакції, методи впливу на натовп досліджувалися такими зарубіжними та вітчизняними науковцями як Г. Лебон, Г. Тард, Г. Блумер, Е. Дюркгейм, Н. Чомські, С. Московічі, З. Фрейд, та ін. Серед сучасних дослідників, що займаються вивченням цієї наукової проблеми назвемо Г. Почепцов, Л. Компанцева, Л. Пелепейченко, та ін.

Постановка завдання. Мета статті – виявити технології мовного впливу на розумний натовп.

Сформульована мета вимагає узагальнити наукові точки зору щодо понять «натовп», «розумний натовп», та «візуальна комунікація» у сучасній лінгвістиці та виявити особливості реалізації технологій мовного впливу на натовп у XXI столітті.

Матеріалом дослідження слугували відеофрагменти на відеохостингу You Tube за відповідною тематикою.

Виклад основного матеріалу. Для цього дослідження актуальним є визначення натовпу, запропоноване О. Забаріним: «Натовп – тимчасове з'єднання окремих осіб, пов'язаних загальною потребою, інтересом, ідеєю, вірою, усвідомленням своєї спільності, що відрізняється від інших, в одне формально неорганізоване ціле, яка купує на час цього з'єднання єдність думок, почуттів, емоцій і дій» [2, с. 74].

Якщо за основу класифікації взяти таку ознаку, як керованість, то можна виділити наступні види натовпу:

- *стихийний натовп*, який формується в силу обставин цілком стихійно, без лідерів;
- *натовп із вожаком*, який організований й очолюваний лідерами;
- *організований натовп* – це натовп із органами керування.

Якщо за основу класифікації натовпу взяти характер поведінки людей в ньому, то можна виділити декілька його типів і підтипів.

Оказіональний натовп – це чимале об'єднання людей, чия увагу, наприклад, привернула якась надзвичайна подія (аварія, пожежа тощо). Формується випадково. Основний мотив – цікавість до події. Проводиться спокійно. Оказіональний натовп може швидко збиратися і так само швидко розсіюватися.

Конвенційний натовп – найчастіше складається з учасників масових розваг, наприклад глядачів на стадіоні чи в концертному залі. Формується на основі інтересу до чогось. Основний мотив – спільний інтерес; поводить спокійно більшою чи меншою мірою.

Експресивний натовп – утворюється з людей, згуртованих прагненням спільно висловити свої почуття: радість, горе, протест, солідарність тощо. Формується, як і конвенційний. Емоційно виражає спільне ставлення до певної події.

Екстатичний натовп являє собою крайню форму експресивного натовпу. Характеризується станом загального екстазу на основі взаємного наростаючого зараження, наприклад, на деяких масових релігійних ритуалах, карнавалах, концертах рок-музики тощо [7, с.43].

Аналіз найвідоміших теорій (С. Московічі, І. Сундів, Г. Лебон, Г. Тард Л. Почебут, А. Назертян) дозволяє відзначити концепцію натовпу ХХ століття:

- особистість розчиняється в натовпі незалежно від рівня розуму, культури, добробуту, соціального стану;

- анонімність особистості в натовпі: «У тісному зіткненні із собі подібними людина втрачає не тільки персональний простір, але і стать, вік, національність, соціальний статус.» (Л. Почебут);

- за розумовими якостями натовп значно нижче окремих членів, схильних до швидких переносів уваги, некритично вірить найфантастичнішим чуткам;

- наявність явного або прихованого керівного центру, лідера; сліпе їм підпорядкування;

- «чорно-біла» мораль натовпу: він ділить усіх на ворогів і друзів, тому натовп може проявляти як повну безкорисливість і героїзм, самопожертву, так і під впливом лідера здійснювати злочин [4, с. 48].

Дуже часто поведінка натовпу може залежати від наявності або відсутності в ньому лідера. Як казав Дж. К. Максвелл «Лідерство – це не титули, посади чи схеми. Це коли одне життя впливає на інше життя» [13, с. 32].

На думку Г. Лебона свідомою особистістю при певному стані натовпу зникає, а думки і почуття людей приймають один і той же напрямок. Людина в натовпі входить у стан, коли втрачається воля, її місце в регуляції поведінки тут же займають інстинкти. Людина, яка має сильну волю, яка зберегла її в натовпі, зрозуміла інстинкти натовпу, може стати її лідером. «Натовп ніколи не прагнув правди; вона відвертається від очевидності, яка їй не подобається, і воліє поклонитися помилці, якщо тільки помилка це спокушає її. Хто вміє вводити натовп в оману, той легко стає її повелителем; хто ж прагне розсудити її, той завжди буває її жертвою» [2, с. 168]

С. Московічі зазначає: «Стихийний або свідомий вождь (ватажок) перетворює натовп, що вселяється, в колективний рух, згуртований однією вірою, що спрямовується однією метою. Він – художник суспільного життя, і його мистецтво – це правління, як столярна майстерність – мистецтво столяра, а створіння – мистецтво скульптора. Саме він формує масу, готує її до ідеї, яка наповнює цю масу плоттю та кров'ю. У чому секрет мистецтва вождя? В очах маси він втілює ідею, а стосовно ідеї – масу, й у обидві іскри його влади. Він здійснює владу, спираючись не на насильство, що має допоміжне значення, а на вірування, які становлять головне. Інакше кажучи, для натовпу віра є тим, чим атомна енергія – для матерії: найбільш значною і чи не найжахливішою силою, яку могла б мати людина. Віра активно діє. І той, хто їй володіє, має можливість перетворити безліч скептично налаштованих людей на масу переконаних

індивідів, які легко піддаються мобілізації і ще більш легко керованих» [9, с. 290].

Лідер повинен бути не тільки розумним, а ще мати сильну волю, вірити в ідею, щоб вести за собою натовп, бути харизматичним та пильнувати за своїм іміджем [13, с. 28].

Успішному лідеру для того, щоб змусити натовп йти за собою необхідно переконати останній слідувати певним ідеям, використовуючи мовний вплив шляхом формулювання простого твердження.

Найчастіше оратор в таких твердженнях апелює до емоцій, таких як *страх, любов*, і навіть *гнів*, а не розуму. Способи впливати на натовп через розум безглузді, оскільки, перебуваючи у натовпі, людина втрачає здатність критично осмислювати інформацію. Емоції не обов'язково мають бути чесними чи оманливими. Проте, емоція передає переконання, яке допомагає лідеру зупинитися на одній стороні аргументації. Також, варто зазначити, що для стверджень властива логічність.

Багаторазове повторення таких тверджень, використовуючи при цьому прості та однотипні фрази, сприяє їх мимовільному закріпленню у свідомості людей. У багатьох ситуаціях разове ствердження не має великого впливу. Та кожного наступного разу, коли його повторюють, опір людської свідомості зменшується аж до точки, коли починають вірити, що такі твердження дійсно достовірні. Це досить потужна стратегія маніпулювання.

Після того, як твердження було повторено багато разів починає діяти могутній фактор впливу на натовп – заразливість. «Твердження та повторення мають результатом колективне навіювання. Вони зливаються у потік вірувань, які поширюються зі швидкістю епідемії. Зараження відбувається тим швидше, чим сильніше викликані почуття і чим швидше дія з'єдналася, немов у короткому замиканні з думкою.» [9, с. 348]

На думку Г. Лебона зараження – це феномен гіпнотичного роду. Індивід фактично без цілеспрямованого на нього впливу та, по суті, без будь-яких підстав, починає відтворювати поведінку маси, частиною якої він є [12, с. 127].

Е. Хетфілд пропонує інше визначення зараження відповідно до паравербальних характеристик:

1) Наслідкування жестів і міміки лідера у натовпі. В багатьох випадках це відбувається несвідомо.

2) Несвідоме підвладштування емоційних переживань індивідів у натовпі завдяки невербальним емоційним сигналам від інших.

«Результатом є те, що люди схильні вловлювати емоції один одного. Вони автоматично імітують вирази емоцій на обличчях, інтонації та пози. Звертаючи увагу на цей потік крихітних миттєвих реакцій, люди можуть «відчувати себе» емоційним життям інших. Вони можуть миттєво відстежувати наміри та почуття інших, навіть якщо вони явно не звертають уваги на цю інформацію.» [19].

Ще одним прийомом впливу на натовп стає використання ритму. Діючий натовп аритмічний, гучний ритмічний звук сприяє перетворенню діючого натовпу з експресивний. Аналіз відеофрагментів антивоєнних мітингів мешканців міст Херсону та Мелітополлю можна побачити обов'язкове використання шумових засобів, таких як свистки, гудки, за допомогою яких можна відбивати або вербалізувати певні ритми, які підхоплював натовп, наприклад при вигукуванні гасел [11, 16].

Розвиток сучасних технологій дещо змінив систему формування натовпу. Наприклад, доволі хаотичний характер формування натовпу напочатку ХХ століття в ХХІ столітті свідомо організовується за допомогою засобів масових комунікацій. Г. Рейнгольд ХХІ століття визначив як епоху розумного натовпу [15, с. 296–297]. «Якщо під **натовпом** розуміють **випадкове скупчення людей** (англ. *aggregation*), згуртоване на підставі емоційних і часових зв'язків, кооперація всередині якого носить порівняно випадковий і тимчасовий характер, то під **смартмобом**, або **розумним натовпом** (англ. *smart mob – розумний натовп*), – соціальну організацію, що самоструктурується за допомогою ефективного використання високих технологій» [3]. Члени розумного натовпу можуть діяти сумісно, навіть якщо не знають один одного, – вони співпрацюють завдяки гаджетам, що сприяє залученню нових учасників, значно посилює комунікативний вплив, що реалізується у форматі веб-хвилі.

Слід зазначити той факт, що і комунікативні характеристики натовпу дещо змінилися. В наш час людина отримує інформацію з різних каналів комунікації, але глобалізація та дигіталізація світу поставили візуальну комунікацію на один щабель із вербальною комунікацією.

Узагальнивши визначення, подані у відкритій науковій літературі можна сформулювати:

візуальна комунікація – це передача інформації та ідей за допомогою символів і зображень. Це один з трьох основних каналів спілкування, разом з вербальною і невербальною комунікаціями.

Вважається, що візуальна комунікація є тим каналом комунікації, на який люди покладаються найбільше, і це включає знаки, графічний дизайн, фільми, фотографії, меми, емоджі, стікери та ін. Комбінація слів і зображень передає повідомлення аудиторії ефективніше, ніж сам текст. Завдяки візуальній комунікації емоції можна транслювати у віртуальному просторі так само як і наживо. Таким чином, емоційне зараження натовпу можливе завдяки Інтернету та соцмережам [12, с. 301].

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи усе вище викладене, можна виділити основні компоненти технологій мовного впливу на натовп: твердження, повторення та зараження. Але, через надмірний потік інформації в XXI столітті людина вдається до спрощеного формату повідомлення –

зображення та/або вдалий вираз, цитата, які влучно передають ідеї та думки. Навідміну від натовпу минулого століття, розумний натовп почав більше проявляти довіру саме до зображень, що дозволяє застосовувати технологію зараження безпосередньо без прямого фізичного контакту, який здатний підсилити ідентифікацію людей одного з одним. Не можна не зважати на те, що серед багатьох рис натовпу особливої уваги потребують ті, які зумовлюють вибір способу впливу на нього, контролю його дій. Відтак, у центрі уваги дослідника мають стати емоційність натовпу та нездатність до критичного мислення.

Перспективою дослідження вважаємо узагальнення інформації про комунікативні характеристики чуток у натовпі.

Список літератури:

1. Виступ лідерів опозиції на Майдані Незалежності. *You Tube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zc0Kll1YkGc&t=27s> (дата звернення 22.10.22)
2. Забарин А.В. Психология толпы и массовых беспорядков : учеб. и практикум для вузов. Москва. 2018. 211 с.
3. Компанцева, Л. Ф. (2018). Лінгвістична експертиза соціальних мереж : підручник. Київ : НА СБУ.
4. Компанцева Л. Ф. Соціальні комунікації для фахівців сектору безпеки та оборони. підруч.: у 2 т. Т. 1. К. : Нац. акад. СБУ, 2016. 476 с.
5. Лебон Г. Психология народов и масс. Санкт-Петербург : Макет, 1995. 311 с.
6. Лебон Г., Тард Г. Психология толп. Мнения и толпа. Москва : Ин-т психологии РАН, КСП+, 1998. 416 с.
7. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядка. Теоретичні засади галузевої комунікації : монографія. За редакцією докт. філолог. наук, проф. Л. М. Пелепейченко. Харків : АВВ МВС України, 2009. 272 с.
8. Монастирська Л. В. Комунікативні стратегії переконання як одна з характеристик мовної особистості лідера. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації» Том 31 (70) № 4, 2020. С. 176–180.
9. Московичи С. Век толп. Москва, 1996. 478 с.
10. Московичи С. Машина, творящая богов. Москва, 1998. 556 с.
11. Під дулами автоматів вийшли на мітинги, щоб заявити, що Херсон – це Україна. *You Tube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ui0SagPWov8> (дата звернення 27.10.22)
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук, К. : Ваклер 2003. 656 с.
13. Приходько І. І., Тімченко О. В., Полторацький С. Т. Психология натовпу та управління ним при виконанні службово-бойових завдань. навч. посіб. Харків : НА НГУ, 2015. 250 с.
14. Почебут Л. Г. [Електр. ресурс]. Социальная психология толпы. URL : https://studme.org/139316/psihologiya/sotsialnaya_psihologiya_tolpy
15. Рейнгольд Г. [Електр. ресурс] Умная толпа: новая социальная революция. /пер. с англ. А.Гарькавого. Москва : ФАИР-ПРЕСС : ГРАНД, 2006. 415 с. URL : <https://www.rulit.me/books/umnaya-tolpa-read-133457-1.html>
16. Херсон – це Україна! Жителі Херсона під дулами автоматів, але проганяють окупантів з міста. *You Tube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0irhJIMhWRQ> (дата звернення 27.10.22).
17. Фрейд З. Психология масс и человеческое “Я”. *Диалог*. 1990. №.12. С. 102–122.
18. Яковлев А. И. Учение Платона о сознании URL: <http://naukarus.com/uchenie-platona-o-soznanii>
19. Hatfield E. Emotional Contagion and Empathy. URL: http://www.neurohumanitiestudies.eu/archivio/Emotional_Contagion.pdf
20. Fairclough N. Technologisation of Discourse. *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis* / ed. by C.R. Caldas-Coulthard, M. Courtland. NY, Routledge, 1996. P. 143–159.
21. Fisher E. (2010). Contemporary Technology Discourse and the Legitimation of Capitalism. *European Journal of Social Theory*. 13(2). Sage Publications. P. 229–252.

Monastyrova L. V. TECHNOLOGIES OF LANGUAGE INFLUENCE ON A CROWD

This research exposes the necessity and relevance to define and carry out specific analysis on technologies of language influence on a crowd in modern linguistics. The main approaches of researchers to the interpretation of the concept of “crowd”, “smart mob” and “visual communication” are analyzed. It is given reasons why the crowd itself has become the central object of modern scientific researches in psychology, sociology and linguistics. Projecting the results of scientific researches of XIX–XX centuries (works by G. Le Bon, T. Tarde, S. Freud ect.) onto linguistic sphere, the author makes a conclusion that the crowd inherent in the crowd to root ideas through through the following factors as race, beliefs, traditions, time, education and upbringing: the transmission of the key codes by word-concepts that have conclusive sense (FREEDOM, EQUALITY, FAMILY VALUES ect.); the usage of suggestive means to encourage crowd for some specific actions, ect. The communicative characteristics of the crowd in the 21st century or the «smart mob» are different, and, therefore, the technologies of language influence should be also different. Crowd is characterized by emotionality and inability to think critically, that is, intellectually, the crowd is always lower than the individual. The article examines the technologies of linguistic influence that are implemented in the crowd. Communicative strategies of persuasion and repetition are among the main methods of influence, which, in turn, lead to collective suggestion or contagion. The characteristic features of the «smart mob» are highlighted and described. Special attention is paid to consideration of visual communication as one of the main factors of linguistic influence on the crowd of the 21st century. On the basis of the analysis of video fragments, a general model of technological language influence is identified, which will allow to carry out a number of interdisciplinary studies, based on which it may be possible to solve a number of pressing problems of crowd conflict prevention for specialists of security and defense institutions (ISBO), because communicative literacy is one of the factors of providing public order, rule of law, democracy and respect for the human being.

Key words: crowd, “smart mob”, visual communication, leader, contagiousness.

Осипенко В. Ю.

Горлівський інститут іноземних мов

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ПОНЯТТЯ ДИСКУРСУ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО ІНТЕРАКТИВНОГО ЯВИЩА (НА ОСНОВІ ДОСЛІДЖЕНЬ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.)

Статтю присвячено дослідженню в лінгвоісторіографічному аспекті різноманітних підходів щодо трактування дискурсу як комунікативного інтерактивного явища із вмонтованим у нього соціальним, культурним, психологічним контекстом, що охоплює й невербальні чинники. Постулюється ідея про те, що велика увага цій проблемі приділяється в лінгвістиці, яка вивчає мовлення як явище, невід'ємне від людини і людського суспільства, нерозривно пов'язане з ним і змінюється разом із процесами, що відбуваються в суспільстві. У даній науковій роботі зазначається, що всі видатні лінгвісти, незалежно від того, до яких напрямків вони належали, у своїх роботах неодноразово зверталися до питання про те, як у процесі спілкування здійснюється комунікативна функція. Ще в 30-х роках ХІХ століття В. фон Гумбольдт звернув увагу на комунікативний характер мовлення. Слідом за В. фон Гумбольдтом комунікативний характер мовлення підкреслював також О. О. Потебня. У середині ХХ століття ці положення набули нового розвитку в теорії мовленнєвої діяльності, в основі якої лежить трактування мовлення як певного виду діяльності. Отже, у статті проаналізовано дискурс як складний соціолінгвістичний феномен на основі структурно – орієнтованої парадигми та розглянуті підходи лінгвістів різних напрямків і шкіль дослідження дискурсу, які мають достатньо довгу наукову історію. У науковій роботі також надані визначення поняття дискурсу з позицій комунікативного підходу, оскільки розуміння цього поняття ґрунтується на його визначенні як комунікативної події. Досліджені концепції мовознавців, які зазначають, що в широкому сенсі дискурс є єдністю мовленнєвої форми та певних подій або обставин.

Ключові слова: дискурс, мовлення, комунікація, лінгвістика, дискурсознавство, аналіз дискурсу.

Постановка проблеми. За останні роки спостерігається підвищення інтересу до проблем комунікації як у мовознавстві, так і за його межами. Визначення поняття дискурсу становить значні складності через те, що воно опинилось на перетині цілого ряду наукових дисциплін, таких, як лінгвістика, антропологія, літературознавство, етнографія, соціологія, соціолінгвістика, філософія, психолінгвістика, а також когнітивна психологія, де в процесі комунікації центральне місце посідає людина. Однак можна говорити про те, що завдяки зусиллям учених різних областей теорія дискурсу визначається на сьогодні як самостійна міждисциплінарна область знань, що відображає загальну тенденцію до інтеграції в розвитку сучасної науки. Кінець ХХ – початок ХХІ століття у лінгвістиці відзначені проголошенням в якості основного положення про те, що вивчення мови може вважатися адекватним лише при описі її функціонування в процесі комунікації. Важливим питанням у цій науковій роботі постає проблема

визначення поняття дискурсу як комунікативного інтерактивного явища у лінгвоісторіографічному аспекті, що дозволить систематизувати основні етапи та моменти дослідження поняття дискурсу, оскільки стрімкий розвиток дискурсних теорій в сучасних гуманітарних науках зумовлений історико-соціальними та культурними трансформаціями суспільства, а також логікою розвитку наукових парадигм, шкіль, теорій, напрямків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пріоритетним і актуальним напрямом сучасних наукових досліджень є вивчення дискурсу як однієї з категорій комунікативної лінгвістики. Про зацікавленість науковців з проблемами визначення поняття дискурсу як комунікативного інтерактивного явища свідчить велика кількість праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема Ф. С. Бацевича, В. Г. Борботька, Л. С. Виготського, Ю. Габермаса, А. М. Єрмоленка, А. В. Голоднова, Т. А. ван Дейка, М. Фуко, Ю. М. Караулова, О. О. Леонтєва, М. Л. Макарова, А. П. Мартинюк,

В. А. Орлова, М. Пешо, Н. Феркло, Дж. Ліча, М. Култхарда, Дж. Сінклера, П. Серію, Р. Водак, Г. О. Орлова, О. С. Кубрякової. Проте незважаючи на велику кількість наукових робіт, дослідження закономірностей розвитку наукової думки в лінгвоісторіографічному аспекті залишаються актуальними.

Формулювання цілей статті. *Метою* статті є дослідження різноманітних наукових підходів щодо визначення поняття дискурсу як комунікативного інтерактивного явища, аналіз визначення поняття дискурсу в різних напрямках і школах. Мета цієї наукової роботи конкретизується в таких *завданнях*: теоретично обґрунтувати поняття дискурсу з зазначеної проблематики та його взаємозв'язку із комунікативними явищами; розкрити та систематизувати погляди мовознавців на основі досліджень другої половини ХХ століття та виявити джерела цих поглядів. *Предметом* дослідження є основні характеристики дискурсу як комунікативного інтерактивного явища з зазначеного періоду. Крім цього, що в даній науковій роботі застосовується актуалістичний *метод* – загальнонауковий метод теоретичного рівня наукового пізнання, а отже *об'єктом* дослідження є розглянута в лінгвоісторіографічному аспекті сукупність досліджень цих характеристик.

Виклад основного матеріалу. У другій половині ХХ століття ситуація з дискурсною проблематикою кардинально змінюється: дискурс стає однією з ключових категорій наукового аналізу, а також предметом спеціальних досліджень у галузі цілого ряду філософсько-культурологічних та соціально-гуманітарних дисциплін. З одного боку, подібна інтенсифікація та диверсифікація теорій дискурсу викликана тим, що відбувається «дроблення» людинознавчих наук більш спеціалізовані дисципліни: з'являються такі науки, як етнографія, соціолінгвістика, соціальна психологія, історіографія, психосемантика, соціальна антропологія та інші. З іншого боку, багатоаспектний і багаторівневий предмет дискурс-аналізу (тобто сам дискурс) передбачає розробку деякої міждисциплінарної програми наукової розвідки. Значною мірою інтенсифікація досліджень дискурсу пов'язана з радикальними «зміщеннями» у лінгвістичних теоріях, а також зі становленням та розвитком семіотики як спеціалізованої галузі знань. У сукупності ці процеси вплинули на розвиток сучасних соціально-гуманітарних наук, філософії та культурології.

Отже, в середині ХХ століття положення про комунікативний характер мовлення набуло нового

розвитку, в основі якого виступає трактування його як певного виду комунікативної діяльності. Представники функціонального підходу дотримувалися тієї точки зору, згідно з якою мовлення – нерозривне з людською діяльністю і якщо може бути ізольованим від нього, абстрагованим та представленим як самостійна одиниця, то така абстракція ніяк не може повністю відобразити його об'єктивну специфіку [4], [9], [10].

Відсутність єдності в розумінні і визначення поняття дискурсу в межах лінгвістичної парадигми не перешкоджало активному використанню цього терміна в різних напрямках або школах дослідження, які мають достатньо довгу наукову історію і розроблену методологію. Так, представники школи лінгвістичного дискурс-аналізу – Бірмінгемської школи (школи соціологічних досліджень, її також називають школою «культурних досліджень»), яка сформувалась у 70-ті роки в Англії, основоположниками якої були Дж. Сінклер, М. Култхард, досліджували особливості та аспекти дискурсу у різних комунікативних ситуаціях у суспільстві. Тобто, в теоретичних дослідженнях представників цієї школи значущими є дослідження комунікативного аспекту дискурсу. Дискурс – це процес мовленнєвої діяльності. Так, дослідники визначають поняття дискурсу як регламентованого певними історичними та соціокультурними кодами смислотворчу та відтворюючу діяльність, рецепція якої формує та змінює картину світу та моделі досвіду. Дискурс є видом соціальної практики, в рамках якого можуть як відтворюватися так і змінюватися значення тієї або іншої інформації. На дискурс також впливають різноманітні соціальні фактори й умови. Головним елементом дискурс-аналізу, на який звертали увагу представники даної школи – це ідеологічний контекст дискурсу [25].

Також важливо зазначити одну з найбільш відомих шкіл дослідження дискурсу – французьку школу дискурсивного аналізу, яскравими представниками якої були П. Серію, Л. Альтюссер, Ж. Лакан, М. Фуко, М. Пеше. У французькому мовознавстві дискурс розуміється найчастіше як конкретна маніфестація усного та писемного мовлення, як конкретний, складний і впорядкований процес чи результат мовлення, як об'єкт міжособистісної комунікації. У своїх роботах французький мовознавець та соціолог М. Фуко використовує поняття дискурсу при позначенні суспільно-історично сформованих систем людського пізнання. Необхідно зазначити, що теорія ідеології Л. Альтюссера і теорія дискурсу М. Фуко послужили

основою для досліджень М. Пеше. Відповідно до теорії М. Пеше, дискурс – це точка перетину мовлення та ідеології, а дискурс-аналіз – аналіз ідеологічних вимірів структур мови; аналіз того, як ідеологія матеріалізується у мовленні. М. Пеше переважно досліджував проблему політичного дискурсу у Франції. У його дослідженнях велике значення надається ідеологічному впливу дискурсивних формацій на орієнтування людей як соціальних суб'єктів. М. Пеше припускає, що люди опиняються в особливій віртуальній дискурсивній реальності, яка є результатом ідеологічного орієнтування. У рамках французької лінгвістичної прагматики мова визначається як інтерсуб'єктна система знаків, як феномен одночасно комунікативний та соціальний, в якому прагматика співвідноситься з діяльнісно-когнітивними умовами, які забезпечують комунікативну взаємодію людей, визначаючи динамічну сутність дискурсу. М. Пеше, розвиваючи ідеї М. Фуко, відмовляється від лінійного і структурного розгляду дискурсу і акцентує увагу на дискурсі як середовищі, що організовується самостійно, на відкритій та нелінійній системі, що, безперечно, впливає і на суб'єкт, і на культуру, і на інші дискурси. Отже французька школа дискурсу та дискурс-аналізу розглядає дискурс як науку, що перетинається з ідеологією, психоаналізом, історією, соціальною психологією та комунікацією [14], [15], [18], [19], [20], [21], [22].

Критичний дискурс-аналіз, представниками якого виступають Н. Феркло, Р. Лаков, Р. Водак, Т. А. ван Дейк, ґрунтується на аналізі очевидних та структурних відносин домінування, дискримінації, влади та контролю через їхні прояви у мовленні. На відміну від інших підходів дискурс-аналізу та лінгвістики тексту, критичний дискурс-аналіз зосереджується не лише на дослідженні письмових чи усних текстів, а й аналізує соціальні процеси та структури, яку продукують ці тексти [3], [21], [24], [26].

Ю. Габермас, відомий науковими роботами із соціальної філософії, спрямованими на інтегративне розуміння соціальної реальності, в своїх роботах досліджував питання дискурсу та раціональності, які стали новою основою для теорії комунікативної дії мовознавстві. Комунікацією він називає будь-яку форму мовної взаємодії. Комунікативна дія та дискурс, за термінологією Ю. Габермаса, є видами комунікації. Поняття комунікативної дії автор визначає через поняття соціальної дії – інтеракції. Інтеракцією вчений називає спосіб вирішення проблем, орієнтований на взаєморозумінні [5].

Становлення лінгвістичної прагматики пов'язано зі змінами в перерозподілі наукових інтересів лінгвістів. Важливі аспекти питань прагматики і теорії комунікації як одного з напрямків дослідження дискурсу висвітлювались такими вченими, як Г. П. Грайс, Дж. Ліч, І. П. Сусов. Вивчення формальної сторони мовлення, її структури незалежно від комунікативних умов використання змінилося вивченням мовлення як засобу комунікативної взаємодії мовця і адресата з урахуванням ситуації спілкування і соціального контексту. Ключовим поняттям для опису мовної комунікації у прагмалінгвістиці стало поняття діяльності. Так, дискурс визначається як інтегральний феномен, як мисленнєвокомунікативна діяльність, що являє собою єдність процесу та результату і включає в собі як екстралінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект, в якому виділяється пресупозиція і контекст – прагматичний, соціальний, когнітивний [6], [7].

В 1970-х роках виник один із напрямів когнітивної комунікативної лінгвістики, в якому функціонування мовлення розглядається як різновид пізнавальної діяльності, а когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджуються через мовні явища. Представники цього напрямку, які займалися дослідженнями дискурсу, а саме Т. А. ван Дейк, Дж. Лакофф, О. С. Кубрякова, Ф. С. Бацевич визначали об'єктом і предметом дослідження дискурс як форму соціальної практики, як один з її багатьох аспектів. За їх твердженням дискурс – це фрагмент історії, вираження особливої ментальності та ідеології. Дискурс розглядається як форма соціальної діяльності, яка завжди визначається цінностями, соціальними нормами, умовностями [1], [3], [8], [16]. У цей період також відбувся перехід до антропоцентричної парадигми, що означає перенесення дослідження з об'єкта на суб'єкт, тобто аналізується людина в мові і мова в людині. Дослідженню дискурсу з урахуванням антропоцентричного спрямування лінгвістичної науки присвячена значна кількість наукових розвідок таких відомих лінгвістів, як Г. Почепцов, Дж. Серль, І. Шевченко, Є. Шейгал, Д. Шифрін та інші. Бацевич, скребцова книга

Наприкінці 70-х – на початку 80-х років паралельно з термінологічним поєднанням граматики тексту стало активно застосовуватися поняття граматики дискурсу. Вихід за рамки тексту (як результату) в дискурс (як процесу) розширив площину, пов'язану з текстом явищ. В мовознавстві увага до дискурсу стала природним наслідком

незадоволеності генеративною лінгвістикою: пояснення граматичних феноменів стали шукати в аналізі дискурсивних практик, виходячи з того, що граматична форма має бути мотивована реальним дискурсивним функціонуванням. Терміном «дискурс» акцентувався інтердисциплінарний підхід до тексту як інструменту та продукту пізнавально-комунікативної діяльності [6], [17], [23].

Лінгвістичні школи та напрями об'єднують те, що вони традиційно в якості найважливішої структурної одиниці дискурсу розглядають його тематичне ядро, топіку. Організація значення дискурсу, а також його специфікація визначається не метою, не контекстом, не дослідною проблемою, а безпосередньо темою, яка трактується як динамічне утворення – вона розгортається під час дискурсивної практики. Акцент на динамічній стороні дискурсу, а також на первинності дискурсу по відношенню до тексту є одним із ключових аспектів у визначенні дискурсу в теорії комунікації: дискурс тут трактується як комунікативна дія, в ході котрої продукуються та артикуються тексти. Щодо його формально-комунікативної сторони, то дискурс визначався як монологічне утворення, що має такі способи вираження, як лист, науковий трактат, структурована наукова промова [6].

Отже, ми виходимо з того, що за Т. А. ван Дейком, дискурс – складне комунікативне явище, що включає разом з текстом екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту які впливають на його утворення та сприйняття. Дискурс, у широкому значенні слова, представляє собою складну єдність мовної форми, значення та дії, які могли б бути найкращими чином охарактеризовані за допомогою поняття комунікативної події або комунікативного акту [3].

М. Л. Макаров визначає дискурс як діалог, конституований за правилами діалогу та імовірними взаємозалежностями. Дискурс представляє собою соціальну матерію, де один мовний акт не може визначити тип та властивості наступного: він, скоріше, задасть умови, за якими поява того або іншого мовного акту, який продовжує діалог, буде доречним та відповідати нормам правил спілкування [11].

Лінгво-комунікативний аспект дискурсу простежується й у визначенні Г. О. Орлова. Дискурс розглядається як категорія мовлення, що матері-

алізується у вигляді усного або письмового мовного акту, відносно завершеного у смислового та структурного відношенні, довжина якого потенційно варіативна: від синтагматичного ланцюга (окремого висловлювання) до змістовно-цілісного твору (розповіді, бесіди, опису, інструкції, лекції і т.п.) [13].

У рамках лінгвістичної парадигми, А. П. Мартинюк визначає термін дискурсу як ситуативну обумовлену інтерсуб'єкту мовленнєво-розумову діяльність, спрямовану на взаємну орієнтацію в життєвому просторі на основі надання мовної форми семіотичної значущості [12].

За визначенням В. Г. Борботько, дискурсом є текст, що складається з комунікативних одиниць мовлення – речень та їх об'єднань у більш великі єдності, які перебувають у непереривному смислового зв'язку, що робить його цілісним утворенням [2].

Висновки і пропозиції. Дискурс трактується і розглядається різними науковими школами, йому притаманні універсальні і специфічні риси, певні принципи побудови та організації. На основі проведеного огляду робіт, що стосуються проблематики дискурсу як досить складного інтерактивного комунікативного явища, у визначенні якого у дослідників спостерігаються розбіжності, зробимо спробу надати визначення досліджуваного феномена. Отже, дискурс – це: 1) зв'язний текст, пов'язаний мовною ситуацією; 2) цілісна комунікативна (мовна) одиниця; 3) усний чи письмовий вид тексту, адресований до слухача/читача; 4) монолог – діалог; 5) адресоване повідомлення; 6) семантично зв'язана послідовність висловлювань (реплік). Це поняття також можна розуміти як комунікативну діяльність з урахуванням прагматичних аспектів та як сукупність текстів, звичаїв, правил, норм певної мови і культури.

Отже, багатозначність терміна *дискурс* і дискусійність проблем, пов'язаних із його дослідженням, зумовлені новизною й нерозробленістю дискурсології як галузі мовознавства. Таким чином, окреслення поняття дискурсу як складного комунікативного явища має широку перспективу подальших досліджень та є неодмінною умовою лінгвістично-історіографічного аспекту дослідження дискурсу в сучасному мовознавстві як одного з центральних і найбільш суперечливих понять у сучасній лінгвістиці.

Список літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.

2. Борботько В. Г. Элементы теории дискурса: учеб. пособ. Грозный: ЧИГУ, 1981. 113 с.
3. Ван Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
4. Выготский Л. С. Мышление и речь : сборник. Москва : Лабиринт, 1996. 414 с.
5. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ / Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник. Київ : Лібра, 1999. 488 с.
6. Голоднов А. В. Риторический мета дискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка) : монография. Санкт-Петербург: Астерион, 2011. 344 с.
7. Грайс Г. П. Логика и речевое общение. Новое в зарубежной лингвистике. Москва : Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
8. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века. Язык и наука конца XX века/ ред. Ю. С. Степанова. Москва : РАН, 1995. С. 144–238.
9. Леонтьев А. А. Слово в речевой деятельности. Москва: Наука, 1965. 246 с.
10. Леонтьев А. А. Высказывание как предмет лингвистики, психолингвистики и теории коммуникации. Синтаксис текста. Москва: Наука, 1979. С. 18–36.
11. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003. 280 с.
12. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / ХНУ ім. Каразіна. Харків, 2011. 196 с.
13. Орлов Г. А. Современная английская речь. Москва: Высшая школа, 1991. 240 с.
14. Пешё М. Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия / пер. Л. Илюшечкина. Москва : Прогресс, 1999. С. 262.
15. Серио П. Квадратура смысла: французская школа анализ дискурса. Москва: Прогресс, 1999. 416 с.
16. Скребцова Т. Г. Когнитивная лингвистика: классические теории, новые подходы. Москва: Издательский Дом ЯСК, 2018. 392 с.
17. Сусов И. П. Лингвистическая грамматика. Винница: Нова книга, 2009. 272 с.
18. Фуко М. Дискурс и истина / пер. с англ. А. М. Корбута. Минск: Прописи, 2006. 152 с.
19. Фуко М. Археология знания / пер. с фр. С. Митина, Д. Стасова. Киев: Ника-Центр, 1996. 208 с.
20. Foucault M. The order of discourse. Language and politics. London: Basil Blackwell. 1984. P. 108–138.
21. Fairclough N., Wodak R. Critical discourse analysis / ed. T. van Dijk. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. 1997. London: Sage. Vol. 2. p. 258–284.
22. Foucault M. The archaeology of knowledge / trans.: A. M. Sheridan Smith. London and New York: Routledge, 1969. 404 с.
23. Givon T. On understanding Grammar. N.Y.: Academic Press, 1979. 379 p.
24. Habermas J. Vorstudien und ergänzungen zur theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995. 605 s.
25. Sinclair J., Coulthard M. Toward an analysis of discourse: the English Used by Teachers and Pupils. Oxford University Press, 1975. 168 p.
26. Wodak R., Meyer M. Methods of critical discourse analysis London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications. 2001. P. 1–13.

Osyenko V. Yu. THE CONCEPT OF DISCOURSE AS A COMMUNICATIVE INTERACTIVE PHENOMENON (BASED ON THE MATERIALS OF THE SECOND HALF OF THE 20TH CENTURY)

The article is devoted to the study of various approaches to the interpretation of discourse as a communicative interactive phenomenon in the linguistic-historiographical aspect with a social, cultural, psychological context embedded in it, which also includes non-verbal factors. The idea is postulated that a great deal of attention is paid to this problem in linguistics, which studies speech as a phenomenon inseparable from person and human society, inextricably linked with it and changing along with the processes taking place in society. In this scientific work, it is noted that all outstanding linguists, regardless of which areas they belonged to, in their works repeatedly addressed the question of how the communicative function is carried out in the process of communication. Back in the 1930s, V. von Humboldt drew attention to the communicative nature of speech. Following V. von Humboldt, the communicative nature of speech was also emphasized by O. O. Potebnia. In the middle of the 20th century, these provisions acquired a new development in the theory of speech activity, which is based on the interpretation of speech as a certain type of activity. So, the article analyzes discourse as a complex sociolinguistic phenomenon based on a structurally oriented paradigm

and examines the approaches of linguists of different directions and schools of discourse research, which have a sufficiently long scientific history. The scientific work also provides definitions of the concept of discourse from the standpoint of the communicative approach, since the understanding of this concept is based on its definition as a communicative event. The researched concepts of linguists, who in turn note that in a broad sense, discourse represents the unity of speech form and certain events or circumstances.

Key words: *discourse, speech, communication, linguistics, discourse studies, discourse analysis.*

Прищеп О. П.

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Свисюк О. В.

Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗМІНИ КОНЦЕПТУ УКРАЇНА У МОВОМИСЛЕННІ ПЕРШОКУРСНИКІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ 2015, 2018, 2021 ТА 2022 РОКІВ)

У статті йдеться про особливості семіосфери концепту Україна, які зумовлені умовами часопростору та впливом суспільно-історичних подій на свідомість мовців. Автори публікації доводять, що формування концепту УКРАЇНА в мовомисленні української молоді позначене маркерами революції, окупації та війни, які відображені відповідними смислами в асоціативних полях лексеми Україна, продукованих учасниками асоціативного експерименту 2015, 2018, 2021 та 2022 років. За допомогою статистичного аналізу отриманих даних у формі діаграм авторами проілюстровано множинну найчастіше вживаних асоціацій та досліджено їх природу. Результати асоціативного експерименту дають підстави стверджувати, що асоціативне поле лексеми насправді є індикатором суспільних та історичних змін у мовомисленні реципієнтів, а асоціації відображають глибинні смисли, які належать до колективної та індивідуальної підсвідомості. Експериментальним шляхом автори фіксують та доводять появу змін у семіосфері концепту УКРАЇНА та його місце в мовній картині світу молодих людей, які взяли участь в експерименті. Вибірка загалом становить 800 осіб, що забезпечує презентативність цього дослідження. Автори доводять, що в асоціативному полі реципієнтів опиняються значення, які відображають особливості актуального часопростору. На основі даних опитування авторами побудовано діаграми, які ілюструють переважання в ядрі асоціативного поля одного з трьох типів смислів – понятійних, ціннісних або образно-асоціативно-перцептивних, на що, як припускають автори, впливають умови часопростору. У статті порівнюються результати статистичної обробки даних асоціативного експерименту попередніх та нинішнього років. Завдяки цьому автори роблять припущення, які саме смисли є маркерами війни, революції та окупації. Увага авторів також зосереджена на тому, який тип асоціацій переважає в різні роки. Зважаючи на особливості кожного типу асоціацій, на їх кількість та якісні характеристики, автори роблять висновок, що в часи національної загрози, найчастіше продукованими стають ціннісні смисли, а в час відносного спокою – понятійні та образно-асоціативно-перцептивні.

Ключові слова: *концепт, Україна, асоціація, асоціативний експеримент, мовомислення, мовна картина світу, вербалізація, слово-стимул.*

Постановка проблеми. Оскільки будь-який концепт є одиницею ментального рівня, то в концепті УКРАЇНА поєднано індивідуальне й колективне підсвідоме. Як відомо, в процесі мовомислення ми оперуємо саме концептами, які відображають мовну картину світу. Концепт є ментальним конструктом і належить до етнокультурних констант. Він так чи інакше визначає світовідчуття мовців, їх національний характер і спосіб мислення.

Незважаючи на велику кількість досліджень концептосфери, у сучасному українському мовознавстві концепт УКРАЇНА досі не мав повного концептуально-семантичного представлення [7],

а також відсутність у сучасному мовознавстві «цілісної характеристики мовно-концептуальної картини світу українців як представників єдиної нації й носіїв прикметних рис окремих регіонів» [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині відомі ґрунтовні дослідження концептів, з-поміж яких до досліджуваної нами проблеми найбільш близькі роботи таких мовознавців, як Т. В. Пономаренко [5], І. В. Хоменська [7], О. А. Павлушенко [4]. Так, Т. В. Пономаренко дослідження концепту УКРАЇНА було здійснене в 2002, 2010 та 2016 роках за допомогою описового та експериментального методу (асоціатив-

ного та лінгвістичного експериментів). Дослідниця описала лексикографічний, етимологічний, лексико-семантичний, топонімічний та ментальний аспекти концепту УКРАЇНА та зазначила: «Образ має тенденцію розвиватися, змінюватися, тому вивчення динаміки розвитку образу завжди буде актуальною та перспективною темою лінгвістики» [5]. На думку Хоменської І. В., концепт – це «психоментальне утворення, що віддзеркалює уявлення про світ через образи, асоціації, поняття та ставлення до них. Динамічна одиниця, характерна як для окремого індивіда, так і для колективу представників певної культури» [7, с. 5]. Структура концепту являє собою єдність понятійного, образно-асоціативно-перцептивного та ціннісного складників, тому повноцінно пояснити зміст концепту, як семантичне значення лексеми, неможливо. Так, дослідниця О. А. Павлушенко зазначає: «На нетотожність понять «зміст» і «значення» вперше вказали логіки, які виявили, що значення слова охоплює поняття про референт, тоді як його зміст перебуває у площині контексту, який містить оцінні характеристики предмета з погляду особи чи етносу» [4]. Оскільки концепт існує в мовомисленні у формі смислів, образів, асоціацій, то асоціативне поле має якнайкраще усі ці смисли, образи, цінності відображати.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження було встановити, чи в умовах нинішнього часопростору традиційні смисли, пов'язувані мовцями із концептом Україна, доповнюються новими, відображенням яких є асоціації на слово-стимул Україна. **Методом** нашого дослідження ми обрали асоціативний експеримент, який проводили у кілька етапів 2015, 2018, 2021 та 2022 року і в якому щоразу брали участь 200 першокурсників навчальних закладів вищої освіти різного фахового спрямування м. Житомир, загалом 800 комунікативних реципієнтів. В центрі асоціативного поля ми отримуємо асоціації, що служать означенням понять (іноді – двох близьких за значенням понять, котрі однаково часто асоціюються у реципієнтів із запропонованим словом-стимулом), яке є смисловим ядром концепту. Також ми зможемо виділити з-поміж продукованих асоціацій близькоядерну та периферійну зони асоціативного поля, до яких належать, окрім вербалізаторів, ментальні утворення (смисли на позначення цінностей).

Виклад основного матеріалу. В полі нашої уваги – аналіз змісту вербальних одиниць та конструкцій, пов'язаних із лексемою-стимулом «Україна», котра означає досліджуваний нами

концепт. Для аналізу результатів до уваги ми брали найбільш уживані та значущі для розкриття основних складників концепту асоціації. Асоціативне поле лексеми Україна в дослідженні 2015, 2018, 2021 року відображає такі три складники концепту:

– **ціннісний** аспект відображений асоціаціями *незалежність, сила, гордість, велич, герої, патріоти, понад усе, Шевченко, багатостраждальна, мирне небо над головою;*

– **образно-асоціативно-перцептивний** – *батьківщина, рідна країна, дім, мати, ненька, вишиванка, війна, родина, рідні, краса, борці, небо, поле* та деякими іншими;

– **понятійний** – *держава, народ, нація, мова, герб, тризуб, прапор, гімн).*

З-поміж продукованих асоціацій ми можемо виділити також близькоядерну та периферійну зони асоціативного поля, до яких належать асоціації на позначення ментальних утворень, як-от: *незалежність, дім, мати, ненька, вишиванка, гордість велич, родина, рідні, Шевченко*, що візуалізує діаграма на рис. 1.

Близькоядерна та периферійна зони містять асоціації, які позначають глибинні смисли концепту УКРАЇНА, пов'язані з колективним та індивідуальним підсвідомим, і відображають особливості ментальної рефлексії концептоносіїв, зокрема її ціннісного аспекту.

2015 року ще не було асоціації *мати і ненька* [6], які спорадично потрапляли в асоціативні поля реципієнтів 2018 і 2021 років як прикладки – *Україна-мати, Україна-ненька* або як *ненька Україна*. Сучасна українська дослідниця І. Хоменська зазначає: «Типовими вербалізаторами концепту у фольклорі є лексеми: «ненька», «мати» та «калина» як образ-символ Української Держави». [7, с. 9], а також «постульовано ідеологемі «Україна як найвища цінність» [7, с. 8].

Цікавою, з точки зору її продукування в різні роки, є асоціація *незалежність*: 2015 року ми не отримали жодної такої асоціації, а вже вона продукована приблизно 10% учасників [6], 2021 року – приблизно 5%.

Щодо периферійних асоціацій, то 2015 року це були асоціації *сила, прапор, Шевченко, багатостраждальна, працююча, борці* та одиничні *країна, край, багатство нації, Майдан, свій, мій, велика, вічна, роз'єднаність народу, змучена, біль, АТО, виснажена, пісня*; 2018 – *нація, неподільна, єдність, єдина, Україна в серці, Україна понад усе, українці, радість, сльози, врожай, калина, корупція, тяжкий час, синій і жовтий, Київ, Карпати*

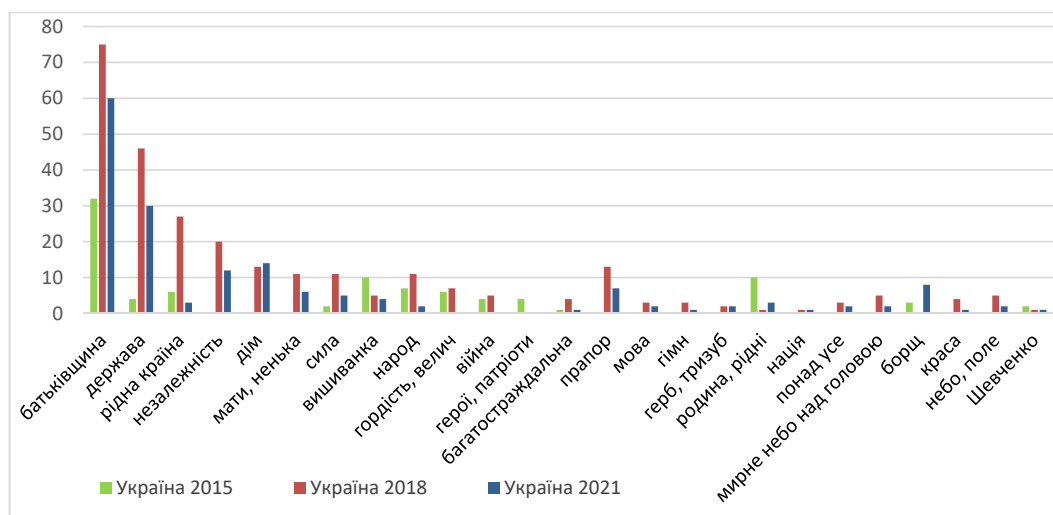


Рис. 1. Кількісна характеристика асоціативного поля лексеми-стимулу Україна у дослідженнях 2015, 2018, 2021 років

та інші [6]; 2021 – *гімн, краса, небо, поле, село, пісня, сало, мати, ненька, багатотраждальна, Шевченко, нація, українці* та ін.

Асоціація *сила*, яка 2015 була в периферійній частині асоціативного поля лексеми Україна, а в 2018, 2021 та 2022 потрапила в близькоядерну, натомість асоціацію *мова* до слова Україна в 2015 році не продукував жоден з опитуваних – лише в 2018 році приблизно 3% та в 2021 приблизно 2% асоціювали Україну з *мовою*, а 2022 – 4%.

Концепт УКРАЇНА, окрім традиційних вербалізаторів *територія, незалежна держава* [1, с. 1502], *свій край, земля* [2, с. 230], містить у собі нині нові цінніснорефлексійні нашарування, зумовлені реаліями нинішнього хронотопу. Натомість, такі смисли, як *країна, край*, що знаходиться в межах іншої країни, краю; *анклав* [1, с. 1502] або дієслово *украяти*, тобто «відрізати» [2, с. 230] не виконують функцію вер-

балізаторів концепту УКРАЇНА в мовомисленні учасників нашого експерименту. 2018 року, і 2021 з'являється асоціація *дім*, її кількість збільшується, і в 2022 помічаємо тенденцію наближення її до ядра асоціативного поля (див. рис. 2).

Цікавим є також відсоткове співвідношення асоціацій 2021 та 2022 років, яке ілюструє діаграма рис. 3.

Так, з діаграми на рис. 3 бачимо, що асоціація *багатотраждальна*, яка була присутня в асоціативному полі 2021 року, відсутня 2022 року. Натомість з'явилися нові асоціації *відвага, сила духу* (були також одиничні асоціації *дух* та *український дух*), *гордість, слава, війна*. Зауважимо лише, що ці асоціації були присутні в асоціативних полях також 2015 та 2018 року, а 2021 вже ні. Тому можемо припустити, що вони є маркерами революції та війни, оскільки з'являються на тлі відповідних подій. Якщо ж взяти до уваги частоту про-

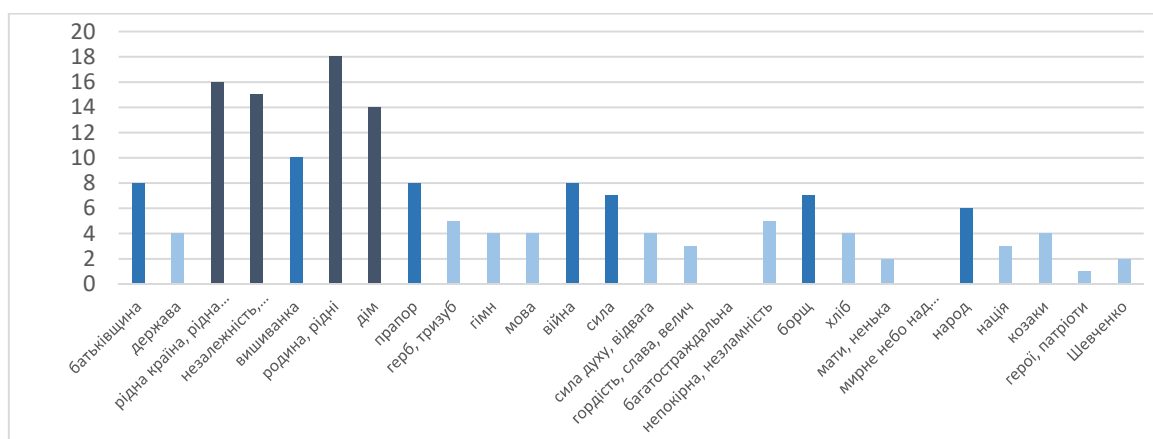


Рис. 2. Динаміка продукування асоціацій на слово-стимул Україна в 2022 році

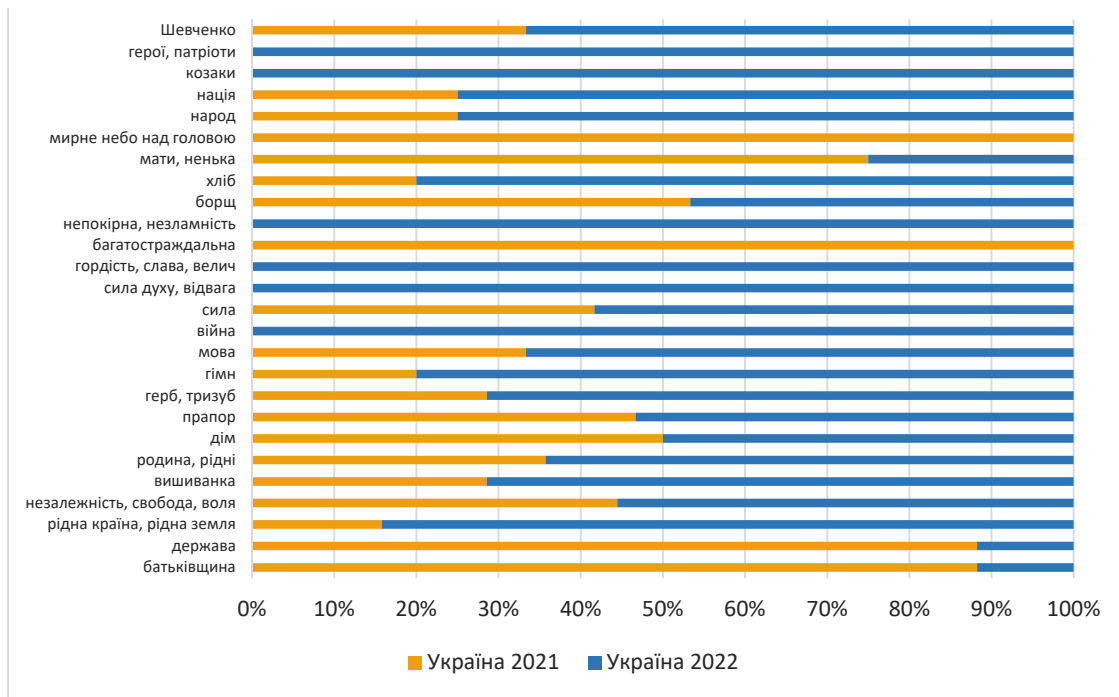


Рис. 3. Співвідношення асоціацій на слово-стимул Україна 2021 та 2022 років

дукованих асоціацій, то побачимо, що вона також змінюється і спричиняє їх перехід зі смислової домінанти в близькоядерну зону чи периферійну та навпаки, як от, наприклад, відбувається з домінантними в 2021 році асоціаціями *батьківщина*, *державна* та близькоядерною асоціацією *рідна країна*, яка 2022 стає домінантною.

Ця ж діаграма демонструє кількісне співвідношення асоціацій за типом продукованих смислів: 2021 найбільш уживаними є понятійні асоціації *батьківщина* та *державна*, а 2022 ціннісна асоціація *рідна країна* та образно-асоціативно-перцептивна асоціація *дім*, також 2022 частіше, ніж у попередні роки вживається асоціація *рідна земля*, яка починає асоціативний ряд.

Також цікаво, що жодна із найчастіше вживаних асоціацій 2021 і 2022 року не є рівною за частотою вживання саме в ці роки, хоч деякі з них мали 2015 і 2018 року приблизно однакову кількість, – наприклад, *гордість*, *велич*, *війна Шевченко* [6]. Отже, зміна суспільно-історичних умов впливає на мовомислення та мовну свідомість, що виражається також в якості та кількості асоціацій, продукованих під час експерименту.

Периферійними асоціаціями 2022 року стали такі: *герої*, *патріоти*, *мати*, *ненька*, *пісня*, *поле*, *серденько*, *рідна*, *наш*, *свій*, *працьовита*, *любов*, *тепло*, *сильні люди*, *українці*, *пшеничне поле*, *степ*, *ЗСУ*, *стовпи сіна*, *синій і жовтий*, *відданість*, *українці*, *Карпати*, *свобода слова*, *багата*

культура, *історія*, *садок вишневий*, *калина*, *краса*, *чесний*, *могутність*, *співуча*, *кров*, *правопис*, *хліб*, *вічна боротьба*, *географічна мапа з Кримом*.

Порівняльний аналіз результатів дослідження в 2015, 2018, 2021 та 2022 роках засвідчив відмінності в структурі асоціативних полів. Так, домінантні асоціації *батьківщина* та *державна* перейшли в розряд близькоядерних, а близькоядерні асоціації 2015, 2018 та 2021 років *рідна країна*, *дім*, *родина*, *рідні (люди)* та *незалежність (воля як варіант)* склали 2022 року асоціативне ядро. Із периферійної частини асоціативного поля 2018 та 2021 років у 2022 році в близькоядерну зону потрапили асоціації *сила*, *війна* які знаходилися в близькоядерній зоні також 2015 року. Новими асоціаціями, які потрапили в розряд близькоядерних, стали *незламна*, *непокірна*, *сила духу*, *дух*, *відвага*. Асоціації *мова*, *гімн*, *герб*, *нація* 2022 року стали частіше продукованими, ніж в попередні роки. Натомість асоціації *гордість*, *слава*, *велич*, які знаходилися в близькоядерній зоні, потрапили в периферійну частину асоціативного поля.

Висновки. Як засвідчив порівняльний аналіз результатів дослідження різних років, суспільні процеси можуть змінювати асоціативне ядро лексеми та смислове наповнення асоціативного поля в цілому. В часи національної небезпеки мовомисленню властиво змінюватися в бік збагачення **ціннісними** смислами (*незламність*, *відвага*, *непокірна*, *сила духу*, *свобода*, *воля*, *велич*, *гордість*,

любов тощо). **Понятійними** маркерами війни в семіосфері концепту Україна стали *батьківщина, держава, прапор, війна, герб, тризуб, воїн, гімн, мова, козаки, народ*. **Образно-асоціативно-перцептивні** маркери – *дім, мати, сила, рідний, родина, рідна земля, борщ, вишиванка*.

Перспективою такого дослідження є підготовка результатів для подальшого використання їх у галузі мовознавства, психолінгвістики, соціолінгвістики, соціальних комунікацій, психології, культурології, соціології, політології, філософії.

Список літератури:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. Київ : Перун, 2009. 1736 с.
2. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: Нариси: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Довіра, 2007. С. 230–231.
3. Величко З. До поняття “МАЛОЇ БАТЬКІВЩИНИ”: рецепція західноукраїнських публіцистів 20-30-х років ХХ століття: URL: http://old.journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk34/Visnyk%2034_P1_10_Velychko.pdf (дата звернення: 06.10.2018).
4. Павлушенко О. А. Вербалізація субконцепту «ПРИРОДА» концепту «МАЛА БАТЬКІВЩИНА» в мовній картині світу М. Стельмаха: URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/33.pdf> (дата звернення: 05.10.2018).
5. Пономаренко Т. В. Динаміка топонімічного концепту УКРАЇНА (за лексикографічними джерелами та результатами експериментальних досліджень). Вісник ОНУ. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Сер.: Філологія. 2017. Т. 22, вип. 2(16). С. 100–104.
6. Прищепя О., Плечко А., Свисюк О. Особливості вербалізації концепту Україна в мовомисленні сучасної української молоді. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія Філологічні науки. 2018. Вип. 292. С. 109–116.
7. Хоменська І.В. Вербалізація концепту УКРАЇНА в українському художньому дискурсі (автореферат): URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/12183/1/Khomenska.pdf> (дата звернення: 06.10.2018).

Pryshchepa O. P., Svysiuk O. V. CHANGES OF THE CONCEPT OF UKRAINE IN THE FIRST-YEAR STUDENTS' LANGUAGE THINKING (BASED ON RESULTS OF THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT OF 2015, 2018, 2021 AND 2022)

The article deals with the peculiarities of the semiosphere of the concept of Ukraine, which are determined by the conditions of modern chronotope as well as the influence of socio-historical events on the speaker's consciousness. The authors of the publication prove that the formation of the concept of UKRAINE in the linguistic thinking of the Ukrainian youth is defined by the markers of revolution, occupation and war. These markers can find their reflection in the corresponding meanings in associative fields of the lexeme Ukraine, produced by the participants of the associative experiment held in 2015, 2018, 2021 and 2022. By means of the statistical analysis of the data obtained the authors not only illustrated in diagrams a variety of the most frequently used associations but made an investigation into their nature as well. The results of the associative experiment gave grounds for asserting that the associative field of the lexeme is actually an indicator of social and historical alterations in the recipients' linguistic thinking as well as the fact that the associations reflect deep senses belonging to the collective and individual subconscious. Using an experimental method, the authors record and demonstrate the occurrence of changes in the semiosphere of the concept of Ukraine and the place it occupies in the language world picture of young people participants of the experiment. The total number of participants accounted for 800 students, that ensures the representativeness of this study. The authors of the article prove that in conditions of the present chronotope in the recipients' associative field there occur new senses reflecting its peculiarities. The charts created on the basis of the survey data point to the predominance of one of three types of meanings – conceptual, value, or figurative-associative-perceptual – in the core of the associative field. According to the authors' assumption it is stipulated and influenced by present chronotope conditions. The article represents the comparison of the results of statistical data processing of the associative experiment conducted in previous and current year. Owing to this comparison the authors make assumptions as for which very meanings are considered to be the markers of war, revolution, and occupation. The authors' attention is also focused on the type of associations prevailing in different years. Taking into account the peculiarities of each type of association, their number and qualitative characteristics, the authors imply that in times of national threat value meanings are most often produced, and in times of relative peace – conceptual and figurative-associative-perceptual.

Key words: concept, Ukraine, association, associative experiment, language thinking, linguistic picture of the world, verbalization, word-stimulus.

Salimova S. R.

Western Caspian University

METAPHORS AND NATIONAL STATE OF MIND

Metaphors are the most studied parables in philological sciences. This fact is derived from the author's intention from one hand, and from the need to characterize the personages of literary work in a unique way on the other hand. Although these two aspects are close to each other, they also have fundamental differences. E.g. if the issue of the linguistic approach is connected with the function of language means in the relevant context, from the point of view of literary studies the role of metaphors in the process of characterizing of personages, in constructing and development of the plot is in the center of attention. As for new look at metaphors, it is connected with the forming of the anthropocentric scientific paradigm in linguistics.

The main principle of this paradigm is characterized by the fact that language phenomenon is explained together with the human factor. That is, metaphors are not only linguistic, but also extralinguistic phenomenon. In this context, the national mental characteristics of metaphors are studied widely in recent times. In this article mentioned issue is spoken about.

A new approach to metaphors which began to be used in Western linguistics from the middle of XX century resulted by the formation of different theories connected with metaphors. In those theories, the formation and characteristics of metaphorical models, metaphor and national state of mind characteristics, their expression in phraseological combinations, the universality of the metaphorical mechanism in the human mind, "logicality in illogicality" in the metaphorization process, changes by lexemes their semantic sphere, and many other issues have become a central one in different scientific researches and in this sphere valuable scientific researches were carried out.

Key words: *metaphor, national, mental, thought, sphere of meaning, image association.*

The problem statement. Although the study of metaphors was started by thinkers of Ancient Greece, and despite of great historical period has passed since then, their thoughts about this problem cannot be considered finished. The new era of metaphors study is connected with the forming of anthropocentric theory in linguistics. According to this linguistics paradigm, language phenomenon, its different facts are studied and investigated together with the human factor. In differ from ancient Greek philosophy point of view, new look at this matter became a new look at metaphors themselves.

The main purpose of the article – to show that metaphors are not only a linguistic, but also an extralinguistic phenomenon.

The main material. At the present time, metaphors and their national-mental characteristics attract attention of scientists, in general they are in the center of scientific attention. American linguists G.Lakoff and M.Johnson came out with special "metaphoric" concepts in this sphere. It is true that before them in linguistics many different and very interesting ideas and concepts about this problem existed. But these two scientists studied deeply those theories, approached them creatively and prepared a new scientific teaching about metaphors in linguistics. They pointed out

for the first time that metaphors are connected with our conceptual system and being an extralinguistic phenomenon, they are the result of our life experience. Basing on numerous examples the scientists proved that in the consciousness of people a single metaphorical model exists. That model is operating depending on the speech situation, and as a result, a new style of speech-metaphor is formed [2, p. 9].

In our daily living we use many metaphors of quite different capacity and character. These metaphors are based on the system of associations. At the same time, the associations based on various relationships between facts of nature and human consciousness are relative both from time and space position. It's logic, because as human consciousness develops, in the mentioned aspects new associations are formed. Some of them become relevant and expand their spheres of activity, while others lose their figurativeness and begin to lose their metaphorical features.

Contrary to this process, new metaphors are formed in the language. Artistic, literary language always needs using of figurative expressions, need different means of expression which are new from the aesthetic point of view, it needs effective means for emotional impact. The using of such expressions mainly in artistic and journalistic language is quite

natural, because the use of aesthetically strong and effective tools makes great influence on aesthetic level of the text and forms the contact between the author and reader. The idea-artistic direction of the text in this aspect also becomes more successful. Metaphors are the indicator of the native speaker's culture. That's why, metaphors contain a national conceptual aspect. E.g. there are differences between the European mental space and the Eastern (Oriental) mental space. This difference, reflected in people's everyday life, sense of colors, symbolism, traditions, etc. as a rule is obvious and is felt seriously. That's why, the system of metaphors formed by the native speakers, bearers of definite language differs from this point of view.

G. Lakoff and M. Johnson noted that the Western system of metaphors differs from those on Buddhism. The reason for this, as mentioned above, is the existing of definite mental surroundings, in which the speaker of the language was born and lives. So, the mental model is also formed in this space and social sphere. Let's take a look at a few phraseological combinations from the French language:

1. *Briser la glace* – “to break the mirror”. This French expression means in English “to reveal someone's secret”. According the French imagination, the mirror is associated with mystery; so, if the mirror is broken, the secret is also “broken” and becomes clear, known to everybody. But in the mentality of Azerbaijanis such association doesn't exist. For Azerbaijanis, the mirror is associated with the definite criterion (e.g. a bald-headed person looks at a mirror, but calls «bald» others; look at yourself in the mirror, etc.). If compare the associations with the mirror in language of different nations of world, the scale of these differences will increase greatly. So, a phraseological combination given above, was formed according to the associations in the French national mentality.

2. *Balayer devant sa porte* – “sweep in front of your own door/ sweep your own doorstep” (i.e. don't meddle in other people's affairs, don't interfere in other people's life, don't poke your nose in other's business). The association “*your door* – *your work*” is the organizing semantic structure of this phraseological combination. When a person does not form his sphere of activity basing on this model, when he interferes in someone else's work, he goes beyond the principle of that model. Such intervention is impermissible, unacceptable in French behavior norms, and this is the reason for the creation of that phraseological combination. In Azerbaijani conscious a new associative model basing on the French expression “nose-work” and connected with it is

formed also. Therefore, in the mentioned context, an associative basis of phrasemes is formed depending on the national thought and mentality.

3. *Mettre les pas dans le plat* – “to put the foot on the plate” means “to speak rudely”. The “foot-dish” association doesn't exist in Azerbaijani thought. For Azerbaijani thought association “foot-shoe” (put two feet in one shoe), “foot-head” (my foot is stuck in my head (to be too busy) is more typical. In French thought, this model exists with the association of rudeness and uncivilized behavior. So, if in the Azerbaijani mind “foot” is associated with nouns “work, slipper” and other objects of such kind, in French it is associated with completely different concepts.

4. *Etre beurrré* – this French expression in English means directly “is in butter”, but “the butter” also have the meaning “to be drunk”. In the Azerbaijani language, there are associations “ish-yag” (ish- work, business, yag- butter, oil, Azerb.). E.g. expressions “work is getting like butter”, “yag-tika” (fattest piece), etc. But in French, there is an association “butter-drink \ \ drunk”. Both languages have abundance semantic model connected with “butter”, but it is used in different structural-semantic patterns.

5. *Porter la culotte* – «the one who wears trousers»- it means “to be the headman of the home”. In Azerbaijanis' thinking the trousers along with a number of other clothing items are a symbol of masculinity, courage, fight, bravery; the trouser-man associative model exists in a similar semantic model in French also- “the trousers- the man of the home”. So, this associative model is similar in both mentioned languages- Azerbaijani and French [4].

As its seen from the cited examples, the phraseological combinations that exist in the national mentality of different peoples of the world have a national-mental essence, they are the expression of the national spirit of each people. Metaphorical transfers play an important role in their organization. Metaphorical transfers are connected with associations in the mind of the native speaker. E.g. Russian expressions “солнце встает, восходит, садится” (“the sun rises-the sun sets”).

In Russian, the associative model “the sun rises” is similar to Azerbaijani one. However, the semantic model “the sun is sitting” does not exist in the Azerbaijani language. While the Russian language has the expression “rising /sitting of the sun”, the Azerbaijani language has the semantic model of “rise-set”.

Most likely, the “place” is the main determinant of the “rising-setting” pattern in the Azerbaijani language, because “sunrise” and “sunset” contain spatial meaning. However, in Russian, it is related to the

verbs “*встаем*” (gets up) and “*сидимся*” (sits), and this fact can be connected with the human factor also. So, metaphorical associations in this context are different in Russian and Azerbaijani languages.

The main peculiarity of metaphors is that they are connected with the secondary nomination. The secondary nomination is the new meaning that the metaphorized language unit acquires depending on the situation. It means the re-acting of the language unit of spoken language according to the context [3, p. 41].

In English, “a broken car” is often represented by the names of foods (e.g. lemon). Another fact: a beautiful woman is described by a metaphorical expression “cheese-cake”. A similar situation is observed in French; a good, compassionate person is called “*La creme*” (English “butter”). As for Azerbaijani language, in it a beautiful woman is associated with “angel” (mələk, Azerb.), “gazelle” (ahu, Azerb.) or with flowers.

As it's seen, metaphorical associations in the national languages all over the world are connected with national-mental thinking. E.g. in mind of Azerbaijanis, for the description of female beauty the nature and mythological creatures are taken as the main basis. But in the cited examples from English and French languages that beauty is associated with the name of food. This is one aspect of metaphorical nomination, perhaps there are other peculiarities both in English and French. So, re-nominativeness is a result of a functional peculiarities of metaphorized language unit. In Azerbaijani language the metaphorical model “beautiful girl-woman-angel” has a mythological content. This feature exists in most national languages of the world.

When talking about the connection between mythology and metaphors, E. Cassirer, referring to A. Werner wrote that: “in his evolutionary-psychological study of the origin of metaphor, Werner showed with the highest degree of convincingness that in this form of the metaphor, namely in replacement of one notion by another one, a decisive role is played by well-defined motifs rooted in the magical worldview, especially some types of tabooing of words and names” [7, p.35]. Then the scientist points out that in the mentioned context, language enters into a single system of relations with mythological thinking, and their separation continues gradually.

French scientists E. Addat and Dominique Ris consider metaphors as associations of images [1; 5, p. 123].

If the association “butter-beautiful person” appears in the language, this means that the image of “good person” is included in the new system of notions. E.g., in Azerbaijani language, a hypocritical, cunning person is given in association with “fox”.

In our thinking, a fox has a cunning image, which is also a symbolized one. If we use expression “Adil is a fox” in poetry or in everyday speech, a connection between the image of Adil and the image of a fox is observed in terms of signs.

This feature appears as an association of characters. In this case one issue can be mentioned also. As in metaphor theories is stated, metaphors are “the reality contained in unreality”. That is, it is illogical for Adil to be a fox, because he is a human. However, the logic in such illogicality is that a person cannot be a fox, but he can have the foxy signs. In this sense, the metaphorical meaning, which is expressed very laconically, is strong emotionally and very effective. In its semantics, there are some semantic shades, the evaluation, that depend on text pragmatics and its communicative purpose. Therefore, the metaphorical “unreality” \ “illogicality” was spoken about is formed in a deliberate way and marks a very important point in the text.

Ch. Baudelaire wrote: “It is namely thanks to imagination that a person has understood the spiritual meaning of color, contour, sound, smell. At the dawn of humanity history, it created an analogy and a metaphor... Imagination is the “Gueen” of truth, and the sphere of the possible is one of the spheres of Truth. Indeed, imagination is similar to boundless” [6, p. 170].

Metaphors are phenomena which play a special role in creating of the world picture; we call our knowledge of the world by means of words or word combinations. When we say “the picture of the world”, we mean the totality of our knowledge about the world. Their expressing in language is considered as the linguistic picture of the world.

Metaphors are considered to be the more “sensitive” units that emerged in this aspect. When we say “sensitive” unit, we mean nominative units reflecting functional semantics of words, phrases or metaphorical sentences and expressing high intellectuality, emotionality and strictness. The linguistic form of the view of the world is connected with consciousness, thought, life experience and memory.

While creating a definite metaphor we activate the metaphorical mechanism by going through the very difficult processes, mentioned above and finally form a sensible idiom, forming a definite speech style. An important role is played by the “eureka” of associations. This “eureka” of associations stimulates the metaphorical mechanism which naturally exists in the mind of all peoples.

E.g. in modern English, the metaphorical expression of the meaning of “debt” is expressed by unit “under water”; its literal meaning is like “underwater.” “Underwater” is the background in

compared with the visible side. Therefore, in reality, its background status in English is reflected as metaphorically marked. Although the model of the emergence of this type of metaphors is traditionally analyzed grammatically, the semantic analysis should pass through the sociocultural aspect. Its also logic, because as society develops or decline, metaphors are often used to describe the definite situation to the reader or listener most accurately and effectively. Metaphors have a heuristic peculiarity also. As mentioned above, this feature occurs on the basis of the existence of the metaphorical mechanism and the dialectics of background knowledge about the world. In these types of metaphors, evaluation is more important; this feature of metaphors is connected with subjective factors and author's intention.

The derivation of metaphors is also characterized as the transition of a language unit from one sphere of understanding to another one. E.g. 1. *Vous êtes mon lion superbe et généreux (V. Hugo)* – You are my strong lion. In this metaphor (*Vous êtes mon lion*); 2. *Avec mes souvenirs j'ai allumé le feu* (I struck the flame with the fire of your memories) [8].

In the first example, the contact of different semantic spheres takes place based on the “man-lion” associative model; the word “man” enters the semantic sphere of “lion”. Such contact is also observed in the “man”–“fire” model. The mentioned form of contact is connected with the transfer of signs, concerned with objects, from one object to another.

It seems advisable here to cite an example from Azerbaijani language:

The stars pierce the bosom of the air,

Mist rises from the rocky mountains,

My dream rises to greet the night,

The world directly gallops its horse (S. Vurgun).

Conclusion. In the given text, in the metaphors “stars pierce the bosom of the air” and “the world directly gallops its horse”, in the models “living entity – star” and “horse-world” the words belonging to different semantic spheres came into contact by means of the transfer of semantics, connected with living beings to inanimate objects ones.

Therefore, metaphorization, being a complex process is also a phenomenon that includes many issues of different scientific spheres.

Bibliography:

1. Adatte Emmanuele. *Les Fleur du mal et Les Spleen de Paris. Essai sur le dépassement du réel.* Librairie José Corti, 1986, p. 187.
2. Lakoff George and Johnson Mark. *Metaphors we live by.* London: The University of Chicago Press, 2003, 193 p., 9.
3. Lakoff G. *Metaphors we live by.* [Text] / Lakoff George & M. Johnson. *Theory of metaphor.* Moscow, 1990. P. 387–41.
4. Pletnyeva E.V. “Metaphor of everyday life in Russian and French linguistic units. (“gastronomy”, “cos-tume”, “interior”). Abstract of a thesis for Ph doctor degree. Speciality-10.02.20-Comparative-historical, typological and comparative linguistics. 2006.
5. Rincé Dominique. *Baudelaire et la modernité poétique.* Presses universitaires de France, 1984, 128.
6. J-P Sartre, Ch. Beaudelaire. (Translated from French by Corsikova. Moscow, URSS, 2004. 184 p.
7. “Theory of metaphor” M., “Progress”, 1990. 512 p.
8. revolution.allbest.ru > languages.

Салімова С. Р. МЕТАФОРИ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАН

Метафори є найбільш досліджуваними притчами у філологічних науках. Цей факт впливає з одного боку з наміру автора, а з іншого – з потреби своєрідно охарактеризувати персонажів літературного твору. Хоча ці два аспекти близькі один до одного, вони мають і принципові відмінності. Наприклад якщо питання лінгвістичного підходу пов'язане з функцією мовних засобів у відповідному контексті, то з точки зору літературознавства роль метафор у процесі характеристики персонажів, у побудові та розвитку сюжету полягає в центрі уваги. Що стосується нового погляду на метафори, то він пов'язаний із формуванням антропоцентричної наукової парадигми в лінгвістиці.

Основний принцип цієї парадигми полягає в тому, що мовний феномен пояснюється разом із людським фактором. Тобто метафори є не лише мовним, а й позамовним явищем. У цьому контексті останнім часом широко досліджуються національні ментальні особливості метафор. У цій статті йдеться про задану проблему.

Новий підхід до метафор, який почав використовуватися в західній лінгвістиці з середини ХХ століття, призвів до формування різних теорій, пов'язаних з метафорами. У цих теоріях розглядається утворення й характеристика метафоричних моделей, особливості метафори й національного стану свідомості, їх вираження у фразеологічних сполученнях, універсальність метафоричного механізму в свідомості людини, «логічність в нелогічності» в процесі метафоризації, зміни лексем. Їх семантична сфера та багато інших питань стали центральними в різних наукових дослідженнях і в цій сфері були проведені цінні наукові дослідження.

Ключові слова: метафора, національне, ментальне, мислення, смислова сфера, образна асоціація.

Тараненко О. Г.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

КОМПАРАТИВНИЙ СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ НА ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ РІВНІ

У пропонованому дослідженні представлено семантичну структуру фразеологічних одиниць та паремій з превалюючим компонентом «зухвалість»-«insolence» у мовно-культурній картині світу представників британського та українського етносів з урахуванням аксіологічної функції ідіом, що дозволяє зробити зіставний аналіз цієї якості з точки зору вищезначених народів. Аксіологічна функція, що передбачає насамперед оцінювання, неможлива без певного емотивного забарвлення, значною мірою як позитивного та негативного, що й було досліджено у розвідці. Культурний компонент надзвичайно сильно виражений саме у фразеологічних одиницях та пареміях будь-якого етносу. Саме цей лексичний пласт дає вичерпну характеристику про ментальні концепти та моральні пріоритети нації. Недаремно завжди зауважувалось, що саме у таких одиницях й зберігається духовна мудрість народу. На фразеологічному та паремійному рівнях представлено таку структуру зухвалості в українській мові: сміливість (позитивне емотивне забарвлення); нахабність (негативне емотивне забарвлення); пихатість (негативне емотивне забарвлення); розпусність (негативне емотивне забарвлення) та надмірна самовпевненість (негативне емотивне забарвлення). Як бачимо, здебільшого ця якість характеру взагалі вважається різко негативною, з відтінком презирства а сарказму стосовно тих, хто володіє нею. В англійській мові маємо наступні семні компоненти: «вимога чемно поводитись» (негативне емотивне забарвлення); «нахабність» (негативне емотивне забарвлення); «пихатість» (негативне емотивне забарвлення); «сміливість» (позитивне емотивне забарвлення); «спонукання до дії, рішучість» (позитивне емотивне забарвлення). Для англомовної спільноти семні компоненти «вимога чемно поводитись» та «спонукання до дії, рішучість» виявляються національно специфічними, в той час як для української такими є розпусність та надмірна самовпевненість. На фразеологічному та паремійному рівнях емотивна складова більш розгалужена, ніж на суто лексичному, та має більше специфічних рис, притаманних сприйняттю зухвалості у представників цих двох мовних етносів.

Ключові слова: аксіологічна функція, фразеологізм, ідіома, паремія, конотація, порівняльний аспект, семантичний аналіз.

Постановка проблеми. Сучасна семантика як передова галузь мовознавства розвивається у тісному зв'язку з іншими лінгвістичними дисциплінами задля поглиблення та вдосконалення методів аналізу, що вже існують. Фразеологія як галузь, що відбиває саме культурно-оцінні смисли, виступає як перспективний напрямок для поставленого завдання. Фразеологічна одиниця (ФО) як згусток культурно-емотивного сприйняття національної картини світу допоможе заглибитись у структуру значення на новому рівні. Аксіологічна функція, що значною мірою притаманна саме фразеології, допоможе зробити більш розгорнутий зіставний семантичний аналіз ФО та паремій, що належать до різносистемних мов. У даній роботі розглянуто культурно-аксіологічні смисли ФО та паремій з компонентом «зухвалість»-«insolence» з точки зору їх порів-

няння їх емотивного наповнення в українській та англійській мовних картинах світу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед сучасних філологів та лінгвістів, хто опікувався проблемами фразеології, мовної картини світу та культурної компоненти цих високоемотивних утворень, треба зазначити

А. Вежбицьку, О.А. Войцеву, К.І. Мізіна, Й.А. Стерніна, В.Д. Ужченка та інших. О.А. Войцева у своїх дослідженнях пропонує «розробити новий мовознавчий напрямок – аксіологічну фразеологію, що вивчає фразеологічні звороти з точки зору відображення ними ціннісного аспекту» [1, с. 7]. Оцінка завжди має основне підґрунтя – емоцію, як позитивну так й негативну, що є суто персональним сприйняттям особистості. Але у ФО це сприйняття узагальнюється, бо ФО та близькі до них паремії акумулюють у своїх зна-

ченнях культурне сприйняття явища чи об'єкта саме з оцінного боку представниками певного етносу чи групи. Ці значення зафіксовано у фразеологічних словниках, тобто, їх можна дослідити та зробити порівняльний аналіз з урахуванням саме емотивного компоненту.

Постановка завдання. У статті ставимо завдання відтворити та порівняти семантичну структуру ФО та паремій з компонентом «зухвалість» – «insolence» в українській та британській культурних картинах світу з висвітленням аксіологічної функції цих феноменів як конгломерату емотивних смислів. Для реалізації поставленого завдання беремо матеріал автентичних фразеологічних та паремійних словників та збірок, що є підтвердженням відбитком культурно-оцінних смислів у представників певної етнічної групи (у нашому випадку – британців та українців).

Виклад основного матеріалу. Настав слушний час для переходу до аналізу основних семантичних складових «зухвалості» в українських ФО та пареміях. Паремійний фонд будь-якої мови показує найголовніші риси народу, його душу а мудрість, накопчену століттями. Тому, спираючись на дані фразеологічних та паремійних словників та збірок, проаналізуємо, які саме компоненти входять до семантичного поля зухвалості, та яке місце ця якість посідає у свідомості пересічного українця. Також найголовнішим є, які саме емоції викликає у представника українського етносу така риса характеру як зухвалість. Розпочнемо семантичний аналіз з тематичного словника за редакцією В. М. Северинюка, де виявлено п'ять основних семантичних компоненти даної якості: сміливість, нахабність, пихатість, розпусність та надмірна самовпевненість. Розпочнемо із структурного компоненту «нахабність». Ця якість характеру взагалі вважається різко негативною, з відтінком презирства а сарказму стосовно тих, хто поводить таким чином. Проілюструємо це наступними прикладами: *його в двері, він – в комин* [4, с. 167]; *коваль коня кує, а жаба ї собі ногу дає* [4, с. 171]; *пусти чорта в хату, а він ї на піч залізе* [4, с. 171], коли грубу та нахабну людину порівнюють із представником злих потойбічних сил – чортом, конотація злості та відрази дуже відчутна у даних прикладах. Звісно, що особа, яка пхає свого носа до чужих справ, справедливо викликає обурення: *не твоє засипалось, не твоє ї мелеться* [4, с. 171]; *коли не Кирило, то не пхай своє рило* [4, с. 171]; *без Гриця ї вода не освятитися* [4, с. 171]; *хто б дятла знав, аби не його довгий ніс (ірон.)* [4, с. 171]. Відпо-

відь на такі дії може бу доводі грубою, а часом із конотацією іронії, сарказму, як у останньому прикладі. Тільки неприємні емоції викликає наступний елемент зухвалості – надмірна, ні на чому не обґрунтована самовпевненість: *жаба мала, а рот великий* [4, с. 104]; *на гріш амуніції, на десять амбіції* [4, с. 167], де наявна конотація іронії а презирства водночас, бо нетактовні та самовпевнені люди викликають у оточуючих тільки негатив. Ще приклади: *не той глухий, що не чує, а той, хто слухати не хоче* [4, с. 105]; *дати гарту, прочуханки* [4, с. 104], що підкреслюють презирство до недалеких розумом людей. Семантично близьким виступає структурний елемент «пихатість» що також транслює негативні та презирливі емоції: *гонор та глупство – рідні сестри* [4, с. 167]; *пихатий дурному брат* [4, с. 167], де підмічено практично кровний зв'язок між пихатістю а дурістю. Також зв'язок між бідністю а гонором деяких людей також підкреслюється а загалом висміюється: *голий, як пляшка, а гонор як у пана-ляшка* [4, с. 167] *хоч голий, а гордий* [4, с. 167]; *хоч гріш у каптані, на сто рублів чвані* [4, с. 167]. Конотація іронічна, з відтінком презирства. Представлено й пораду, народну мудрість: *стойи високо – не гордися, стойи низько – не гнися* [4, с. 166]; *високим чином не гордись, а з невдачі не журиш* [4, с. 166]. Конотація іронічна повчальна, застережлива. Суто негативно та презирливо оцінюються представники українського етносу таку ваду як розпусність (*видно по личку, де спала всю нічку* [4, с. 79]); спробу домагань від старого нахаби до жінок (*старі кості – та до гречки в гості* [4, с. 79]), відсутність шлюбної вірності (*старого чоловіка соломою накрию, а молодого сама зігрію* [4, с. 81]) та бабійство (*занадився журавель до бабиних конопель* [4, с. 80]). Найбільш позитивні емоції представлено у структурному елементі «сміливість». Цей елемент виявився найбільш розгалуженим а вживаним, тобто, для українця зухвалість – це не тільки пиха та нахабство, але й відчайдушна хоробрість та сміливість. Деякі приклади: *де відвага, там і перемога* [4, с. 164]; *як не дасть Бог смерті, то ї чорт не вхопить* [4, с. 165]; *думка воду п'є, а хоробрий – мед* [4, с. 164]; *добре ковадло молота не боїться* [4, с. 165]; *з копита а в галоп* [4, с. 165]. Конотація схвальна, захоплива та з елементами поваги стосовно відчайдушів. Водночас, надмірна відвага, підвищений ризик не завжди викликає позитивні емоції: *хоч на час, та навскач* [4, с. 165]; *хоч раз, да поперед* [4, с. 165]; *або пан, або пропав* [4, с. 164]; *відвага або мед п'є, або сльози*

ле [4, с. 165]; *раз козі смерть* [4, с. 165]; *раз мати породила, раз й помирати* [4, с. 165]; *двом смертям не бувати, а одної не минути* [4, с. 165]. Присутня конотація фаталізму та віри в те, що хороброму знову пощастить. Але є й відтінок застереження. Цікаво також представлено протистояння боягузтва та сміливості у численних прикладах, де сміливість оцінюється позитивно, а боягузтво – навпаки: *боягуз воду н'є, а хоробрий – мед* [4, с. 164]; *що боягузливому по вуха, то сміливому по коліна* [4, с. 164]; *вовка боятись – до ліса не ходити* [4, с. 165]; *горобців боятись – проса не сіяти* [4, с. 165]. Конотація щодо боягузів іронічна, зневажлива. Цікавий приклад, коли паремія застерігає від надмірної сміливості, а натомість радить все спочатку прорахувати та ретельно підгодуватись: *кота салом не злякаєш; не страши кота салом (перен.)* [4, с. 165]. Майже тотожні семантичні компоненти можна представити й у словнику паремій під редакцією

В.М. Калашник. Структурний елемент «нахабство» можна проілюструвати такими пареміями: *вода не освятиться* [2, с. 434]; *давати волю язикові* [2, с. 136]; *і сіркою не викурити* [2, с. 119]; *і ладаном не викурити* [2, с. 119]. Конотація в цих наведених прикладах вкрай негативна, з елементами іронії та сарказму на адресу безцеремонних нахаб. Наступний структурний елемент «сміливість» представлено не дуже широко на відміну від інших джерел: *лізти на рожен* [2, с. 278] та *не з похливого десятка* [2, с. 361] з позитивним емоційним забарвленням, хоча також є елемент застереження, бо безрозсудна хоробрість не завжди йде на користь а може спричинити непередбачувані наслідки. Прогнозовано негативно забарвлена сема «пихатість», що підтверджується такими пареміями: *тримати хвіст трубою* [2, с. 362]; *високо нести голову* [2, с. 66]; *напустити тихи* [2, с. 326]. У збірці «Прислів'я, приказки, афоризми» значно ширше представлена складова «зухвалості» «надмірна самовпевненість». Розглянемо її більш детально на наступних прикладах: *задирай голову так, щоб шапка не злетіла* [3, с. 96]; *хвалилась кобила, що з возом горшки побила* [3, с. 97] *не кажи «гон» поки не перескочиши* [3, с. 97]; *дивитись козирем* [3, с. 166], де присутня відчутна конотація іронії та насмішки над дурнувачами та надмірно самовпевненими людьми, які, як правило, недалеко розумом та нікчемні. Структурний елемент «мужність» з позитивною конотацією представлено скупом: *як води боятись, то не купатись* [3, с. 108] та *серце с перцем* [3, с. 174]. Надзвичайно широко представлено

структурний елемент зухвалості «сміливість» у збірці прислів'їв під редакцією К.І. Приходченка: *сміливість міста бере* [5, с. 151]; *чия відвага, того й перемога* [5, с. 151]; *відвага козака мед н'є* [5, с. 151]; *де відвага – там і щастя* [5, с. 151]; *ризик – супутник героя* [5, с. 153]; *де хоробрість – там нагорода та добрість* [5, с. 153]. Конотація позитивна, схвальна, з відтінком захоплення мужністю а звитягою. Водночас є й конотація суму, тому що хоробрість нерозривно пов'язана з великим ризикам: *звитяга або мед н'є, або сльози лє* [5, с. 152]; *хто життя в борні не жаліє, той ворога переможе* [5, с. 152]; *як помирати зі сльозами, так краще помри з піснею.* [5, с. 152]. Презирство до небезпеки викликає пошану, особливо це стосувалось козаків – гордості та символу українського народу. Також є й паремії, що закликають боротись із страхом та засуджують тих, хто має боязке серце: *не думай про страх, та й його не буде* [5, с. 151]; *сміливого й куля не бере* [5, с. 151]; *назвався хоробрим – виходь на бойовисько* [5, с. 152]; *той не козак, хто боїться собак* [5, с. 152]. Негативний елемент «нахабство» представлено вузько: *пусти сусіда в хату, та й сам в сусіди йди* [5, с. 108]; *хват до вареників!* [5, с. 108]; *дай яєчко, та ще й облупи* [5, с. 115]; *йому облупи, та ще в рот положи* [5, с. 115]. Конотація суто осудлива. Можна констатувати, що конотація у зухвалості на матеріалі українських паремій виявлена суперечлива, де позитивно забарвленою є сема «сміливість», а негативно забарвленими – «надмірна самовпевненість, «нахабство» та «пихатість». Все ж таки негативне ставлення до цієї риси характеру превалює.

Після дослідження фразеологічних та паремійних елементів лексем «зухвалість» в українській мові, перейдемо до аналізу структурних семних компонентів цієї лексеми в англійській мові. Традиційно робитимемо це, спираючись на фразеологічні та паремійні автентичні англомовні джерела. Перше таке джерело – це «Словник ідіом англійської мови», у якому наявні такі семні компоненти, що формують семантичну структуру «insolence»: це «вимога чемно поводитись»; «нахабність» та «сміливість». Останній представлено тільки одним прикладом: *stiff upper lip* (бути сміливим перед небезпекою) [7] з позитивною конотацією щодо цієї людської якості. Семний компонент «вимога чемно поводитись» представлено ширше. Цей елемент відсутній в українській семній структурі, а в англійській його заявлено дуже яскраво, з конотацією гніву, агресії на адресу тих, хто не вміє чемно поводитись та гань-

бити цим оточуючих. Це підтверджується такими прикладами: *zip your lip*; *zip it* (замовкни) [7]; *put a sock in it* (заткнись, замовкни) [7]; *when hell freezes over* (коли пекло замерзне (грубо) [7]; *hold your tongue* (притримай язика) [7]. Конотація обурлива, з використанням зниженої лексики, що вживається як крайня міра для тих, хто не розуміє правил ввічливості та елементарної тактовності. Семний компонент «нахабність» є найбільш розвиненим, з суто негативним емоційним забарвленням. Наведемо приклади, що відображають агресивність нахаби: *cross the line* (поводитись неприйнятно) [7]; *bite head off* (агресивно чи грубо поводитись) [7]; *in your face* (казати в грубій та агресивній манері) [7]; *black and blue* (ранити когось фізично чи емоційно) [7]; *to tell names* (образити когось) [7]; *rock the boat* (сказати щось, що викличе проблеми) [7]; *cat among the pigeons* (сказати або зробити таке, що робить людей заклопотаними та стурбованими) [7]; *shoot from the hip* щось (зухвало казати, не дивлячись на наслідки) [7]. Конотація огиди та презирства відчутна та сильна, а велика кількість прикладів це підкреслює. Нахабність викликає емоцію роздратування: *chime in* (встромити 5 копійок) [6]; *bug someone* (роздратувати когось) [7]; *get under the skin* (роздратувати когось) [7]. Нахабам також притаманна дерзкість та зневага до оточуючих, що також оцінюється вкрай негативно: *fake it till you make it* (впевнено прикидались кращим, ніж ти є) [7]; *take name in vain* (використовувати чуже ім'я без поваги та шани) [7]; *as bold as brass* (бути дерзким та нахабним) [7]. В цілому структурний елемент «нахабність» також представлено надзвичайно розгалужено. Ми можемо виділити такі емотивні кластери як негативну емоцію роздратування: *get in someone's hair* (дратувати когось); *drive someone up the wall* (сильно дратувати, дошкуляти комусь); *get somebody's goat* (дратувати когось); *cheese someone off* (дратувати когось); *pain in the neck* (хтось чи щось, що постійно дратує); *turn someone off* (викликати неприязнь, огиду); *make one's toe curl* (змушувати когось відчувати неприємні емоції); *put one's foot in one's mouth* (сказати грубу, нетактовну річ на адресу когось). Нахабство виражається і у невмінні себе поводити, відсутність виховання: *shoot on one's mouth* (розголошувати, кричати во всю пельку); *talk through someone's hat* (робити дурні зухвалі заяви); *mouth off* (грубо та галасливо розмовляти) [Там само]. Така поведінка викликає тільки негативізм у представників англomовного суспільства. Також не може сприйнятись позитивно й хвалькуватість

(*toot one's own horn* (вихвалюються чимсь); неадекватне запрошування на компліменти (*fishing for compliments*); висловлювання непроханих порад (*a backseat driver*).

Семантично протилежним значенням володіє структурний елемент «вимога чемно поводитись», де на зухвалу людину йде водоспад невгавних емоцій а наказів поведь згідно правилам суспільства, бо англomовні представники Британії цінують вихованість, стриманість та уміння поводитись дуже високо. Тому приклади, як й у розглянутому вище словнику, мають суто негативне емотивне забарвлення: *shape up or ship out* (поводься чемно, або йди геть!); *none of your beewax* (не лізь у чужі справи); *stop bugging me* (не заважай); *get on one's high horse* (прохання поводитись чемно та виховано) [6]. Семний елемент «пихатість» представлено вузько: *humb one's nose at* (презирливо до когось ставитись); *have the nose in the air* (звисока на всіх дивитись, презирливо); *look down one's nose* (звисока на всіх дивитись, презирливо). Конотація тільки негативна, осудлива та презирлива, бо пиха – це одностайно ознака поганого виховання та нечемності. Семний компонент «сміливість» оцінюється включно позитивно з точки зору англomовних представників. Сміливість – це та частина зухвалості, яка надихає на рішучі дії та виправдовує ризик. Приклади: *to be out on a limb* (бути у ризикованому становищі); *stick out one's neck* (діяти ризиковано); *to be on a thin ice* (бути у ризикованому становищі); *to throw caution to the wind* (припинити бути обачним). Ой, що може узяти бика за роги (*take the bull by the horns*), тобто, рішуче діяти у складній ситуації, викликає емоцію захоплення. Так само емотивно забарвлене *one tough cookie* (крутий, міцний горішок). Більшість людей хочуть бути «міцними горішками», які легко вирішують складні питання: *tet the jump on someone* (переграти когось, випередити когось); *to be full of beans* (бути енергійним) [6]. Важливо й уміти захистити свою точку зору, що роблять включно мужні люди: *stick to one's guns* (захистити свою позицію); *put one's foot down* (захистити свою позицію); *they are up in arms* (готовність добитись свого) [6]. Сміливість цінується англomовними дуже високо. Таку ж само схвальну конотацію містять у собі приклади з Оксфордського словника прислів'їв: *faint heart never won a fair lady* (богуз ніколи не завоює серце прекрасної леді) [6]; *if at first you don't succeed, try, try, try again* (якщо одразу не вхось роб поки не вийде) [6]; *nothing venture, nothing gain* (хто не ризикує, не п'є шампанське) [6]. Також знайдено приклад,

що доповнюють семантичний компонент «вимога чемно поводитись»: *offenders never pardon* (ті, хто ображає, ніколи не вбачаються) [6]; *put up or shut up* (мириись, або заткнись) [6]; *other times, other manners* (інші часи, інші нрави) [6]. Цікавим та суто британським є вислів *it takes three generations to make a gentleman справжній* (джентльмен виховується через три покоління) [6], що означає неможливість виховання справжнього джентльмена тільки за одне покоління, а прислів'я, датоване 1324 роком – *manners make the man* (манери роблять людину людиною [6] – говорить про дуже давню традицію важливості виховання та гарних манер для представників насамперед британської аристократії. Конотація суто схвальна, повчальна.

Висновки і пропозиції. Можна констатувати, що конотація у зухвалості на матеріалі українських паремій виявлена суперечлива, де

позитивно забарвленою є сема «сміливість», а негативно забарвленими – «надмірна самовпевненість», «нахабство» та «пихатість», «розпусність», в той час, як структура *insolence* в британській мовній картині світу на фразеологічному (паремійному) наступна: «вимога чемно поводитись», «нахабність», «пихатість», «сміливість», «спонукання до дії, рішучість». Національно специфічними для українців виявились негативно забарвленими семи «розпусність» та «надмірна самовпевненість», а для британців – «вимога чемно поводитись» та «спонукання до дії, рішучість». Використання фразеологізмів та паремій у семному аналізі з урахуванням аксіологічної функції надає змогу зробити результати проведеного дослідження більш переконливими та глибокими з оглядом на порівняльний аспект запропонованої розвідки.

Список літератури:

1. Войцева О.А. Аксіологічна характеристика фразеологізмів з найменування одягу та його деталей в українській мові. *Записки з українського мовознавства*. 2015. № 22. С. 5–16.
2. Калашник В.С., Колоїз Ж.В. Словник фразеологічних антонімів української мови. Київ. Довіра. 2004. 284 с.
3. Прислів'я, приказки, афоризми. Київ : Велес. 2011. 176 с.
4. Северинюк В.М. Популярні українські прислів'я та приказки: тематичний коментований словник: Тернопіль: Навчальна книга Богдан. 2019. 176 с.
5. Українські прислів'я, приказки, загадки / Уклад. К.І. Приходченко. Донецьк : Сталкер, 2002. 288 с.
6. Oxford Reference. Dictionary of proverbs. Edited Jennifer Speake oxford 2021. 6th edition URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780198734901.001.0001/acref-978> (дата звернення: 20.10.2022).
7. The Idioms.com. URL: <https://www.theidioms.com/> (дата звернення: 20.10.2022).

Taranenko O. G. COMPARATIVE SEMANTIC ANALYSIS IN UKRANIAN AND ENGLISH ON THE BASIS OF PHRASEOLOGICAL LANGUAGE LEVEL

In the proposed scientific investigation the semantic structure of the idioms and proverbs with the prevailing component “insolence” in English and Ukrainian worldview is analyzed. The axiological idioms function is taken into consideration in the process of the cultural comparative framework. Cultural component is strongly demonstrated in the idioms and proverbs of any nation. This lexical stratum gives the comprehensive characteristic of the mental concepts and moral priorities of any nation. Axiological function that presumes evaluation itself is impossible without a strong emotional component. Mainly, this component can be positive or negative either and at the same time to possess the shades of those two general evaluating meanings. This is the key point of the current scientific investigation. On the phraseological level the semantic structure of the units with the prevailing component “insolence” is presented the following way: courage (positive emotional evaluation); arrogance (negative emotional evaluation); contempt (negative emotional evaluation); depravity (negative emotional evaluation); overestimating (negative emotional evaluation). As we see, this human trait is perceived by the Ukrainians more negatively than positively. Generally in the Ukrainian worldview the evaluating of insolence is sarcastic and contemptuous. In the English worldview we the following semantic structure of “insolence”: the request to behave properly (negative emotional evaluation); arrogance (negative emotional evaluation); contempt (negative emotional evaluation); determination (positive emotional evaluation). Concluding the results of the semantic and comparative analysis, for English speakers some components «request to behave properly» and «determination» appear to be nationally peculiar. For Ukrainian national worldview those specific elements are «depravity» and «overestimating». On the phraseological level the emotive component is much wider that in the lexical structure itself and shows more shades of meaning, mainly negative, for insolence in the worldview of Ukrainian and English speaking communities.

Key words: axiological function, phraseological unit, proverb, connotation, idiom, comparative aspect, semantic analysis.

Відомості про авторів

Аббасова Вюсала – аспірант кафедри лінгвокультурології Азербайджанського університету мов (Азербайджан)

Бабич Т. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри екології, охорони навколишнього середовища та здорового способу життя Центральноукраїнського національного технічного університету

Багач І. Г. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов та міжнародної комунікації Черкаського державного технологічного університету

Байтерякова Н. Ю. – старший викладач кафедри германської філології Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

Безсонова В. А. – студентка 1 курсу магістратури філологічного факультету (М412-ф група) Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького

Будз І. Ф. – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри романо-германської філології Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука

Булик-Верхола С. З. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Національного університету «Львівська політехніка»

Вакулович Л. Л. – викладач кафедри української та іноземних мов Національного університету фізичного виховання і спорту України

Василенко А. Р. – магістрант кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Ведь Т. М. – викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Віт Н. П. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов гуманітарних факультетів факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Віт Ю. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Воловенко І. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри слов'янських мов факультету іноземної філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

Главацька Ю. Л. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов Херсонського державного аграрно-економічного університету

Глуховська М. С. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Гнедкова О. Г. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Гончаренко А. В. – кандидат філологічних наук, молодший науковий співробітник відділу мов України Інституту мовознавства імені О. О. Потебні Національної академії наук України

Горбатенко І. С. – магістр зі спеціальності Середня освіта (Українська мова і література. Англійська мова), в. о. начальника центру забезпечення якості вищої освіти Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Горіна Ж. Д. – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського

Горюнова М. М. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Національної академії статистики, обліку та аудиту

Джамалзаде Н. Е. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Азербайджанського університету мов (Азербайджан)

Добровольська Л. А. – старший викладач кафедри української мови та культури Національного авіаційного університету

Дуфанець М. М. – магістр кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівська політехніка»

Смець Н. О. – старший викладач кафедри фонетики і практики англійської мови Київського національного лінгвістичного університету

Задоріжна Н. І. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Зейналли Ж. Р. – кандидат філологічних наук, Бакинський Інженерний Університет (Азербайджан)

Зигарь А. Р. – студентка кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Іванців О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії і практики перекладу Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Карамишева І. Д. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівська політехніка»

Карп М. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

Карпенко З. О. – студентка 2-го курсу магістратури спеціальності «035 – Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська» Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Коляда Е. К. – кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кондрук А. Ю. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей Волинського національного університету імені Лесі Українки

Косович О. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри романо-германської філології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Кульбабська О. В. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Купрікова Г. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри українознавства Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»

Курах Н. П. – кандидат філологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри німецької філології ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Лобова О. К. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Лютвієва Я. П. – старший викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Ляшко О. В. – доктор філософії, старший викладач кафедри англійської філології Київського національного лінгвістичного університету

Міхійенко Н. А. – студент 2 курсу магістратури Національного університету біоресурсів і природокористування України

Монастирська Л. В. – доцент кафедри філології, перекладу та стратегічних комунікацій Національної академії Національної гвардії України

Назарлы Р. Р. – член Американської психологічної асоціації, засновник програми психологічного розвитку IDDO (Азербайджан)

Ніколаєва Н. М. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов професійного спрямування Запорізького національного університету

Новікова О. О. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Донецького державного університету внутрішніх справ

Новосад Ю. І. – асистент теорії і практики перекладу Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Олефіренко К. А. – студентка 2-го курсу магістратури спеціальності «035 – Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська» Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Олійник Л. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови факультету лінгвістики Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Ольховська Н. С. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної філології і перекладу Національного університету біоресурсів і природокористування України

Осипенко В. Ю. – викладач кафедри германської філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Панченко О. І. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри перекладу та лінгвістичної підготовки іноземців Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Пахненко І. І. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Пашко С. В. – викладач кафедри філології та соціально-гуманітарних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

Подоляк М. В. – кандидат педагогічних наук, доцент Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

Пономаренко О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Прищепя О. П. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології Житомирського державного університету імені Івана Франка

Прокоф'єв Г. Л. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови та методики її навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Романчук С. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Українського гуманітарного інституту, докторантка кафедри української мови Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

Рудь О. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Рябокін Н. О. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри філології та соціально-гуманітарних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

Сабельникова Т. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Донецького державного університету внутрішніх справ

Салімова С. Р. – PhD, доцент Західно-Каспійського університету (Азербайджан)

Свисюк О. В. – кафедра педагогічних технологій та мовної підготовки Державного університету «Житомирська політехніка»

Семенюк Т. П. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Волинського національного університету імені Лесі Українки

Статкевич Л. П. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Стецик Х. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та культури Національного авіаційного університету

Тараненко О. Г. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германо-романської філології та перекладу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

Телстова С. Г. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Усік С. Р. – учениця 10-Б класу Комунального закладу загальної середньої освіти «Луцький ліцей № 1 Луцької міської ради»

Усова І. В. – старший викладач кафедри іноземних мов Поліського національного університету

Хо́да Л. Д. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри слов'янської філології імені професора Іларіона Свенціцького Львівського національного університету імені Івана Франка

Царьова І. В. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри українознавства та іноземних мов Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Шатілова Н. О. – асистент кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Яник К. О. – студент 2 курсу магістратури Національного університету біоресурсів і природокористування України

НОТАТКИ

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Журналістика

Том 33 (72) № 5 2022

Частина 1

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *В. Гайдабрус*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Електронна пошта: editor@philol.vernadskyjournals.in.ua

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 33.95. Ум. друк. арк. 37,43. Зам. № 1222/497

Підписано до друку 21.12.2022. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

65101, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1

Телефон +38 (048) 709 38 69,

+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2022 р.